



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ARQUITECTURA DISEÑO Y ARTES

CARRERA DE DISEÑO

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
DISEÑADOR CON MENCIÓN EN DISEÑO GRÁFICO Y
COMUNICACIÓN VISUAL**

***Diseño de un proyecto cultural Transmedia para la
revalorización de la Mitología Mestiza Ecuatoriana.***

Nombre:

David Alejandro Haro Moreno

Director:

Dis. Bógar Chancay

Quito, mayo 2013

Indice

Dedicatoria.....	4
Agradecimientos.....	5
Introducción	6
1. Antecedentes y Justificación.....	7
1.1. Antecedentes	8
1.2. Justificación	10
2. Objetivo General y Específicos.	16
2.1 Objetivo General	17
2.2. Objetivos Específicos	17
3. Marco Epistemológico.	18
3.1. Marco teórico.....	19
3.1.1. Transmedia.....	19
3.1.2. Hibridación Cultural	19
3.1.3. Mitología	20
3.1.4. Aculturación.....	20
3.1.5. Franquicia en los medios	20
3.2. Marco metodológico.....	21
3.3. Marco Referencial.....	23
3.3.1. Star Wars y un Universo muy muy extenso	23
3.3.2. League of Legends y las Referencias Culturales	25
3.4. Marco Conceptual.....	27
3.4.1. Transmedia y Diseño, una respuesta innovadora para la resignificación cultural.....	27
3.4.2. ¿En que aporta el diseño dentro de un transmedia?.....	27
4. Transmedia	29
4.1. Factores importantes que intervienen en la construcción de un universo transmediático	31
4.1.1. Principios Narrativos.....	33
4.1.1.1. Expansión y Profundidad.....	33
4.1.1.2. Continuidad y Multiplicidad.....	34
4.1.1.3. Inmersión y Extracción.....	35
4.1.1.4. Construcción de mundos	35
4.1.1.5. Serialidad	35
4.1.1.6. Subjetividad	35
4.1.1.7. Atractivo Cultural	36
5. Mitología	37
5.1. Elementos y características que conforman la mitología mestiza ecuatoriana	39
6. Diseño	42
6.1. Tierras Mitológicas: un proyecto de resignificación cultural	43
6.1.1. Clasificación de los Mitos.....	43

6.1.2. Creando el mundo de Tierras Mitológicas	46
Introducción a Tierras Mitológicas (breve descripción del universo narrativo).....	46
6.1.2.2. Desarrollo de la imagen visual de Tierras Mitológicas	48
6.1.2.2.1. Marca Tierras Mitológicas	48
6.1.2.2.2. Sub-Marcas	49
6.1.2.2.2.1. Descripción de las Marcas.	50
Héroes Legendarios.....	50
La Mala Legión	51
Espíritus Terrenales	52
6.1.2.3. Los Personajes.....	53
6.1.2.3.1. Diablo Huma.....	53
6.1.2.3.2. Diablo	58
6.1.2.3. Los Medios.....	62
6.1.2.3.1. La Narrativa de Tierras Mitológicas Aplicadas en los medios.	64
6.1.2.3.1.1. Serie Animada	64
Guión Narrativo.	65
Storyboard	66
6.1.2.3.1.2. Cómic	73
Guión Narrativo.	74
Tierras Mitológicas: El Constructor de Iglesias.....	74
6.1.2.3.1.3. Videojuego	82
Mecanismos de Jugabilidad (planteamiento de la propuesta)	83
6.1.2.3.1. Los saltos visuales según el medio.	85
6.1.2.4. Estrategias	88
6.1.2.4.1. Estrategia de arranque	88
6.1.2.4.2. Mecanismos de Compromiso y participación de las audiencias	95
6.1.2.5. Feedback en redes sociales	96
 7. Conclusiones y Recomendaciones.....	 97
 8. Bibliografía	 101



Dedicatoria

Dedico este proyecto a la memoria de mi abuelita Laura Salas, quien hubiera estado orgullosa de verme terminar mis estudios universitarios para convertirme en una persona que sigue sus sueños y es un aporte para crear una mejor sociedad. A mi abuelito Milton y mamita Fanny, quienes aún siguen conmigo y pueden ver esta meta realizada. A mi querida madre Evvy Moreno, quien me ha acompañado y ha hecho lo imposible en estos 23 años que tengo de vida para criarme y convertirme en la persona de valores que soy ahora. A mi padre Fabián Haro, quien ha estado al pendiente de mi progreso y me ha aportado las herramientas necesarias para facilitar mi desarrollo en el campo del Diseño. A mis hermanos Fabián (Lordorf) y Sophia (La Beba) quienes han sido las personas con las que más he compartido mis ideas, mis proyectos y mis metas. Finalmente quiero dedicar este proyecto a mi amada Kaze, la persona que le ha dado una nueva luz a mi existencia y a la que más amo en el mundo, quien también a estado apoyándome en todo este trayecto y espero me siga acompañando en mi vida personal y profesional por muchos años más.





Agradecimientos

Primeramente agradezco a Dios por la vida y por las oportunidades que me presenta para forjar mi propio camino hacia un mejor futuro. A la FADA y a todos los profesores de la carrera de Diseño quienes me han permitido desarrollar las competencias y destrezas necesarias para defenderme en el campo profesional, especialmente a Bogar Chancay, Juan Gabriel Chancay, Marcelo Maldonado, Xavier Jiménez, María Luz Calisto, Eugene Mangia y María Fernanda Noboa. Nuevamente a Bogar Chancay por dirigir mi proyecto de TFC y por todas las observaciones que han permitido un mejor desarrollo del mismo, además de los aportes que me permiten seguir mejorando en el campo de la ilustración. A mis padres que siempre han estado ahí cuando los he necesitado. A mis compañeros Eleonor Álvarez y Pablo Pérez Cahueñas con quienes he compartido mis últimos años de desarrollo académico en la carrera, a mis amigos Cosplayers de CQ, a Santiago Villamizar Gómez que ha sido un gran aporte para el desarrollo 3D en este proyecto. A Walt Disney, CLAMP y otros creativos que han sido parte de mi formación en el interés por la animación, el cómic y la narración. A Japón y su producción gráfica y audiovisual que han sido una inspiración durante toda mi vida. Y finalmente al autor Manuel Espinoza Apolo (a quien me gustaría conocer en persona) cuya bibliografía sobre los mestizos y su mitología son la piedra angular de todo este proyecto.





Introducción

Se conoce como Transmedia a un tipo de narrativa que transcurre a través de diferentes plataformas mediáticas, donde cada una de ellas permite una exploración y expansión del universo narrado, logrando de ese modo una mayor participación e interés en las audiencias. Por esta razón se le encontró el potencial para ser utilizado como resignificador de la mitología de nuestro país.

La mitología mestiza ecuatoriana sufre de dos problemas: la desvalorización por parte de la juventud que vive en un proceso de aculturación y la poca producción innovadora por parte de los creadores de contenido que permitan a estos mitos salir de dicha desvalorización. Estos dos aspectos son los que permiten el desarrollo de este proyecto que busca el generar un producto de diseño que no solo le de un nuevo valor al contenido mitológico mestizo de nuestro país, sino que demuestre las posibilidades infinitas que se puede tener al crear un proyecto de identidad ecuatoriana con potencial de competir dentro de la sociedad global.





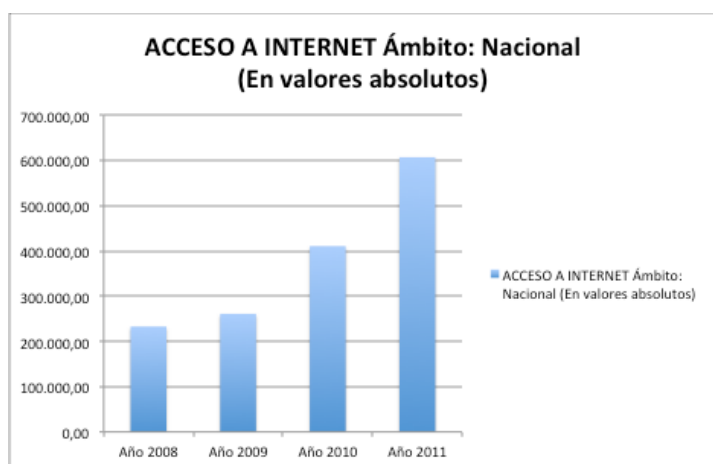
1. Antecedentes y Justificación.



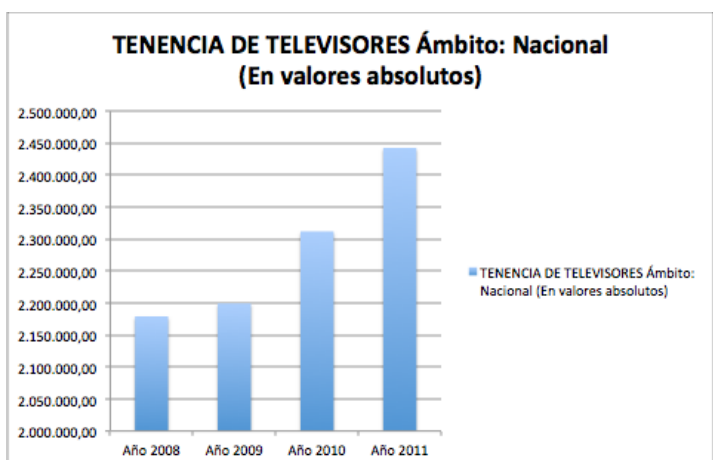
1.1. Antecedentes

El Ecuador ha tenido un crecimiento tecnológico acelerado dentro del campo de la comunicación. En 2011, según el análisis realizado por el Foro Económico Mundial, nuestro país llegó a ocupar el puesto 108 sobre otros 138 países en el crecimiento y aprovechamiento tecnológico en lo que a comunicación e información se refiere, gracias a que en los últimos años el acceso a internet (Cuadro 1), televisión (Cuadro 2) y otros medios modernos han crecido de sobremanera en una corta brecha de tiempo entre 2008 a 2011, lo cual ha llevado a una mayor conectividad dentro de nuestra sociedad con la sociedad global.

Este crecimiento ha permitido que muchas entidades, empresas y creadores independientes, se hagan conocer a través de redes sociales y otros medios de conectividad que el vasto mundo de la red y los medios modernos apronta.



CUADRO 1
Información estadística del INEC



CUADRO 2
Información estadística del INEC

Desgraciadamente Ecuador, al igual que algunos países del mal llamado “*tercer mundo*”, tiene un bajo nivel de exportación en producción audiovisual frente a las ya conocidas potencias del entretenimiento y la comunicación como Estados Unidos u otros países “*del primer mundo*”, tanto así que el gobierno se ve obligado a crear una Ley de Comunicación para dar espacio a los creativos ecuatorianos frente a las franquicias de fuera que ocupan el 70% de la programación central televisiva¹, donde el 30% es producción nacional que en su mayoría son adaptaciones de franquicias extranjeras (un ejemplo de ello sería el programa “Ecuador tiene talento”) o lo que se podría llamar “Programación Basura”² (programas como “Mi Recinto”), existiendo muy poco contenido producido en Ecuador, los mismos que demuestran un trabajo constante, creativo, informativo y educativo.

1 Rescatado de: <http://www.vistazo.com/ea/entretiempo/?elmpresa=1077&id=5254>

2 Este término fue utilizado por el comunicador y diseñador Carlos Sánchez Montoya en la radio online “Fue Joda Radio” durante un foro de discusión sobre la nueva Ley de Comunicación el 8 de julio de 2013.



A pesar de la existencia de competencias herramientas en varios campos de producción multimedia y audiovisual en el país, aún falta una exploración y un desarrollo de propuestas *Made in Ecuador* que busquen el revalorizar la cultura Ecuatoriana como tal, y explotarla como recurso narrativo y de contenido en la generación de productos gráficos y audiovisuales, de modo que esta se convierta en un elemento de identidad para nuestra sociedad de la cual no avergonzarse, además de que dichos proyectos lleguen a tener alcances globales y no únicamente locales.



1.2. Justificación

En Ecuador, la existencia de una producción nacional centrada mayormente en la comedia estereotípica y en la farándula emitidas en horario estelar, han generado con el paso del tiempo un menosprecio por el talento nacional que se ha expandido no solo en la generación de productos para televisión, sino que ha generalizado a todo contenido *Made in Ecuador*, haciendo que un porcentaje alto de la sociedad Ecuatoriana (por lo menos de la urbana) prefieran la producción de fuera (cine, televisión, etc.), cuando la realidad dice todo lo contrario. Esta manera de pensar dentro de nuestra sociedad no es algo nuevo, ha sido generado desde hace muchos años atrás a nivel de América Latina porque los países “del primer mundo” constantemente nos han vendido una idea de superioridad, lo que es conocido en psicología como discurso de poder por Michel Foucault, quien lo describe como una estrategia discursiva de plantear una realidad tomada como verdad, un planteamiento que el “primer mundo” ha mantenido en cuanto a producción comercial y de entretenimiento se refiere, siendo una estrategia de manipulación para una sociedad con complejos generados a partir de una falsa verdad (Foucault, 1970). Este pensamiento es el que se debe cambiar mediante la ruptura del paradigma de inferioridad dentro de los propios creadores de contenido, quienes tienen la oportunidad de tomar esta estrategia para ser aplicada en nuestra sociedad contemporánea.

El Diseño, siendo un generador y transformador de la cultura, se ve en la obligación de ser parte fundamental de la producción mediática en Ecuador, en especial si esta busca aportar en la internacionalización del mundo en donde cada vez más crecen los aportes de identidad de un país hacia otros contextos, principalmente a través de medios de entretenimiento que han ayudado a difundir contenidos culturales varios para que sean asimilados por otros usuarios ajenos a sus territorios.

Actualmente con la existencia de un sin fin de medios de difusión y comunicación al alcance de la mano (computadores, consolas, celulares, etc.), el Diseño tiene que ser participe en conjunto con otros ámbitos para generar respuestas innovadoras que no solo ayuden a difundir y enseñar nuestra cultura a una sociedad actualizada y globalizada, sino que también a explotar, aprovechar y resignificar la misma para adentrarse al mundo global en el que vivimos actualmente, generando así un producto de atractivo visual pero con contenido de identidad que tenga la oportunidad de competir con la producción de fuera, en especial de las industrias culturales de primer mundo.



A continuación se hará una justificación analítica del proyecto con respecto a tres ámbitos importantes que influyen en el, los cuales son: mitología, internacionalización y Diseño.

Mitología

La Mitología representa uno de los elementos más importantes de la identidad cultural de una sociedad, dicho grado de importancia ha sido tal que actualmente su contenido es inspiración para muchos artistas, escritores y diseñadores que incluso no pertenecen a dichos contextos sociales, generándole un valor extremadamente grande. Aquí cabe una pregunta ¿qué ocurriría si a la mitología no se le da la importancia que tiene? Pues desaparece en el tiempo y se deja de transmitir a las siguientes generaciones, las cuales no seguirán compartiendo dicho contenido.

Como se mencionó anteriormente, la desvalorización del Contenido Ecuatoriano ha llegado a tal que la sociedad ecuatoriana rechaza su mitología mestiza por buscar una separación de su descendencia indígena al considerarla inferior, esto no es un tema nuevo, las sociedades mestizas llevan en esta búsqueda desde hace ya varios años atrás³, lo cual genera un desinterés por el contenido del imaginario colectivo mestizo el cuál es rico culturalmente. Algunas personas podrían decir que si se valora la mitología ecuatoriana cuando se habla del periodo precolombino, sin embargo mucha de esa cosmovisión conocida gira en torno al imperio Inca que a pesar de haber estado situados en nuestro territorio, son originarios de Perú.

Los mitos generados en las sociedades mestizas de Ecuador son una hibridación de varias creencias tanto precolombinas y coloniales como de las sociedades modernas, lo cual denota un contenido amplio que debe ser transmitido a las nuevas generaciones. Por ello es que se necesita renovarlos según el público al que se quiera llegar, como lo han hecho con varias mitologías de alto reconocimiento a nivel mundial, ejemplificando en este caso a la mitología griega, cuya importancia en parte se dio por la manera en que la misma ha sido aprovechada por varios creadores de contenido a través de diferentes medios (series de televisión, cómics, películas, videojuegos, etc.), lo cual ha permitido la difusión, el conocimiento, y muchas veces, una actualización de la mitología según el público objetivo, y esto gracias a varios campos del diseño: Ilustración, Diseño de Personajes, entre otros.

Ahora, ¿Se ha aprovechado del mismo modo la mitología de nuestro país? En algunos casos si, pero no a una escala similar a lo que han hecho con otras mitologías. En Ecuador, el cómic ha sido el principal producto gráfico

3 Espinosa Apolo, Los Mestizos Ecuatorianos y las señales de identidad cultural, 2000





para la difusión de contenido en cuanto a mitos y leyendas se refiere, sin embargo en su gran mayoría son una adaptación literal del mito en sí, lo cual hace que haga falta una mayor exploración y explotación innovadora del contenido dentro del producto que le permita salir al mercado internacional, en la cultura global, donde existen varias exigencias dentro del público objetivo para generar interés en algún contenido, intereses que actualmente forman parte del imaginario colectivo de una gran mayoría de la juventud Ecuatoriana.

Entre las actividades del Diseñador, se encuentra el buscar soluciones innovadoras a un problema, que no muchas veces es una necesidad, sino una oportunidad, en este caso, son ambas cosas. Dentro de la necesidad está el revalorizar la mitología mestiza ecuatoriana para no perderla en el tiempo, y que se mantenga como parte importante de nuestra identidad de la cual hay que sentirse orgullosos. Y por otro lado, buscar la oportunidad de explotar de maneras nuevas y creativas el contenido de nuestra cultura, de manera que aporten al crecimiento de las industrias creativas con identidad ecuatoriana en generar propuestas que puedan competir y ser parte de la sociedad global en la que se vive en pleno siglo XXI .

Internacionalización

A diferencia de un proceso centralizado como la globalización, donde la actividad económica y cultural es dispersa, en la internacionalización existe un aporte de cada contexto social para con el mundo global en el que actualmente vive la sociedad postmoderna, de modo que puedan mostrar su cultura al mundo y al mismo tiempo abrirle las puertas a contextos sociales distintos. Se podría decir que la internacionalización es el primer paso para llegar a un proceso de aculturación, donde elementos de una cultura pasan a ser parte de otra.

Existen una gran variedad de ejemplos de cómo la apertura de fronteras (sean estas físicas o imaginarias) han ayudado en la difusión cultural de varios países, y como estas han influenciado a otras culturas para generar contenidos de identidad propios que pueden competir en los mercados globales. entre estos ejemplos podemos mencionar la influencia de Walt Disney en Japón a finales de la segunda guerra mundial, que llevó al nacimiento del Manga y posteriormente al mundialmente conocido Anime Japonés, el cuál forma parte de los intereses de varias sociedades alrededor del mundo, donde características del Anime y el Manga han sido retomados dentro de los gustos y productos gráficos creados por personas fuera de Japón.

Para comprender este aspecto habría que explorar a breves rasgos como ha sido el impacto del Anime y el Manga alrededor del mundo en los últimos años, primero que nada definiendo ambos términos.



El Manga como término utilizado por la sociedad de occidente se refiere a las historietas o cómics generados en el país del sol naciente, cuyo origen se da a finales de la segunda guerra mundial, cuando Osamu Tezuka, considerado por muchos el “Dios del Manga”, generó sus primeras obras donde su estética visual denotaba la clara influencia de Disney. El Manga dentro de la producción editorial Japonesa abarca el 25% del facturado total en dicho mercado.

El Anime por otro lado es el término utilizado en occidente para referirse a la producción animada en Japón. Muchas veces el Anime es la adaptación para cine o televisión desde el Manga, pero en otros casos las empresas dedicadas a la animación suelen generar obras inéditas que no fueron publicadas anteriormente como Manga.

Fuera de Japón, el Anime, Manga y sus productos derivados han tenido un impacto tal que actualmente son elementos reasimilados dentro de una sociedad de contextos distintos formando parte de su cultura, derivando en lo que se conoce como subcultura Otaku y

las diferentes actividades de los mismos: Fan Arts, Cosplay⁴, Convenciones, entre otros. Y no solo dentro de una sub-cultura, sino en la estética de la producción gráfica realizada fuera de Japón, generando productos híbridos con rasgos parecidos al Anime y Manga, ejemplificando se podría mencionar los *Anime-Influenciado* (Imagen 1), que son las series animadas realizadas fuera de Japón, pero con estilo que imita al Anime.



Imagen 1

“Avatar: The Last Airbender”

Serie realizada por la cadena televisiva Nicelodeon, es uno de los ejemplos mas icónicos de las series Anime-Influenciado.

Rescatado de: http://img2.wikia.nocookie.net/_cb20120209162037/maditsmadfunny/images/1/19/Avatar-group.jpg

El éxito del Anime y Manga alrededor del mundo, más allá de su estética característica,

se encuentra también dentro de su contenido narrativo y sus personajes, que son mucho más dinámicos que en la producción de cómic y animación occidental. Vanina Papalini en su libro *Anime: mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social* al respecto dice que “Los grandes relatos pierden popularidad, mientras la ganan las historias momentáneas, con personajes de ánimos variables e imperfectos (...). El personaje frío y

⁴ Cosplay: actividad realizada por fanáticos de una obra (anime, cómics, videojuegos, películas, etc.) en la cual se disfrazan e interpretan a sus personajes de ficción favoritos. El término viene de la palabra “Costume Play” (Costume = Disfraz, Play=Juego, interpretación)



sin contradicciones es muy poco valorado, prefiriéndose la emotividad, la fantasía, la acción inesperada y un héroe capaz de cometer errores”. (Papalini, 2006: 43). Estos aspectos, en los últimos años, han sido asimilados dentro de occidente en la generación de sus productos editoriales y audiovisuales, no como un plagio, sino como un recurso para llegar a más usuarios y generar el consumo de sus producciones.

Así mismo como la internacionalización ha permitido la entrada y salida de varias estéticas visuales, también lo ha hecho con el contenido cultural de varias sociedades, las cuales han sido aprovechadas para la creación de producción para medios educativos y de entretenimiento. Aquí es en donde nuestro país aún no a podido aportar culturalmente a este proceso de internacionalización, y esto es debido a varios factores. Uno de ellos, como afirma Eduardo Villacis⁵, es la falta de exploración del contenido cultural que se tiene en Ecuador, y el otro, definido por Nestor García Canclini, se encuentra más englobado en toda América Latina: promover contenido culturalmente representativo de América Latina y estéticamente competitivas en el mercado internacional.

Es aquí donde las competencias herramientas del diseño entran en el desarrollo de respuestas estratégicas que combinen ambos elementos, la identidad cultural y la estética competitiva con el mundo exterior. Por ello es necesario una exploración de contenido que actualmente tiene impacto en las masas, principalmente en la estética visual de un producto gráfico que busca ganar un espacio en la sociedad internacional.

Diseño.

Al ser un concepto complejo, es difícil encontrar una definición de que es el diseño en sí, sin embargo, esta puede ser definida a través de su actividad y sus objetivos principales. En este caso, se podría definir al Diseño Gráfico como una disciplina de desarrollo conceptual y comunicacional cuyo objetivo es generar respuestas visuales innovadoras y alternativas dirigidas a un objetivo o público objetivo en específico dentro de un contexto delimitado, trayendo una optimización o mejoramiento de la situación específica en la que se está trabajando (Arfuch, 1997).

Dentro del Diseño Gráfico existen tres factores de suma importancia los cuales son el diseñador, el usuario y el mensaje, donde el usuario es quien necesita receptar el mensaje y el diseñador es quien busca los canales,

⁵ Eduardo Villacis: Master en artes visuales y profesor de la Universidad San Francisco de Quito desde 1994, su obra artística y académica a sido reconocida con importantes premios nacionales e internacionales, uno de sus trabajos más reconocidos es El Espejo Humeante, que plantea un futuro donde los Mayas conquistaron a los Españoles.





medios y el carácter adecuado para su recepción, en este punto es en donde la creatividad y competencias de análisis y prefiguración del diseñador se ponen a prueba para generar una respuesta a la necesidad de transmisión del mensaje específico, que culmina en un producto o conjunto de productos visuales de identidad única (reflejada por la técnica o estilo de cada diseñador) pero que a su vez es una solución específica a un problema determinado.

Ahora que se ha dado una aproximación a la actividad que realiza el diseño, es necesario identificar cuales son las competencias aplicadas dentro de este proyecto, en este caso, el definir los tres factores de importancia dentro de la comunicación de un mensaje: el canal, el medio y el carácter.

Primeramente se definirá a breves rasgos cada uno de estos elementos comunicacionales. El canal se refiere al “qué” se utiliza para comunicarse (oral, visual, gestual, etc.), el medio se refiere al intermediario (u objeto) de la comunicación del mensaje (TV, radio, etc.), y el carácter se refiere a la condición de los miembros intervinientes (que puede ser interpersonal o masivo).

Al estar dentro del campo de la comunicación visual, el canal es netamente visual, y de carácter masivo, porque se busca llegar al mayor número de usuarios posibles. Es aquí cuando el medio se vuelve el más importante de los tres, porque se tiene que buscar uno que cumpla con las expectativas planteadas para la difusión del contenido comunicativo al saber que el usuario tiene intereses diferentes en el ámbito de entretenimiento, el cual puede ser explotado como herramienta de educación no formal.

Comprendido esto, se realiza el siguiente planteamiento ¿Por qué no convertir al medio en un conjunto de entradas diferentes a un mismo contenido, de modo que cada una complemente a la anterior? En este caso, la solución encontrada fue la narrativa transmedia.





2. Objetivo General y Específicos.





2.1 Objetivo General

Revalorizar la mitología mestiza ecuatoriana entre los jóvenes, a través del diseño de un proyecto cultural transmedia con cualidades estéticas de interés para dicho grupo.

2.2. Objetivos Específicos

-Aplicar el contenido de la mitología mestiza ecuatoriana dentro de una narrativa transmedia, culminando en la previsualización de tres productos gráficos que ayuden a su revalorización y difusión mediática.

-Definir una hibridación gráfica con posibilidades estéticas que puedan estar a la altura de competir con la producción cultural extranjera.

-Generar mecanismos de conexión entre los tres productos gráficos propuestos que permitan la interconexión narrativa y el salto transmediático de los medios que generen una experiencia dinámica para los usuarios.

-A través de este proyecto y una pequeña difusión del mismo, demostrar las posibilidades de usar el contenido cultural ecuatoriano como recurso narrativo en la generación de productos de entretenimiento y educación no formal, además de tener una definición más clara de transmedia y sus capacidades como estrategia de resignificación.





3. Marco Epistemológico.



3.1. Marco teórico

3.1.1. Transmedia

La narrativa o franquicia transmedia se refiere a un modelo de producción de contenidos cuyo objetivo es el generar un relato donde la historia se cuenta a través de varios medios y plataformas de comunicación de cualquier tipo, donde cada fragmento es un complemento a la historia relatada, profundizando en diferentes aspectos que ayudan al usuario a adentrarse de mejor manera en el universo narrativo. Esta nunca se debe confundir con la adaptación, que es un tipo de franquicia (en su mayoría, subcontrataciones de otras empresas o marcas) donde la misma narrativa transcurre en diferentes plataformas pero cada una es un medio independiente.

Otra característica de una narración transmedia (y posiblemente uno de los aspectos más importantes del mismo) es el hecho de que el usuario juega un rol activo dentro de dicha narración permitiéndole a este ser un “produsuuario”⁶, generando una experiencia más satisfactoria al momento de ser partícipes de dicha historia, creando un vínculo más personal para con el proyecto en el que se está participando, sea este netamente de entretenimiento, social, educativo, publicitario, etc.

Los aspectos anteriormente mencionados son aquellos que definirán cuales son las mejores plataformas en donde será aplicada la narrativa planteada, de modo que sean un aporte significativo al relato y vinculen de manera creativa al usuario.⁷

3.1.2. Hibridación Cultural

La Hibridación Cultural se refiere a una cultura en donde las costumbres de los pueblos nativos se mezclan con la de inmigrantes o conquistadores.⁸ Esto no se refiere únicamente a las conquistas colonizadoras, sino a las hibridaciones generadas a través del proceso de aculturación y de internacionalización, que gracias a la aparición de nuevos medios de interactividad y conexión global, han permitido que exista cada vez más fusiones culturales en los diferentes contextos sociales del mundo.

⁶ Término utilizado por Axel Bruns y neologismo nacido en la era de la Web 2.0, que se refiere a un ambiente de participación donde no existe frontera entre usuario y productor de información, dicha actividad según Bruns, tiene lugar en las comunidades colaborativas de creación de contenidos

⁷ Rescatado de: <http://hibridacionculturalglosario.blogspot.com/>



3.1.3. Mitología

La mitología es considerada como un elemento de riqueza e importancia cultural para un pueblo, es una expresión del pensamiento distinta al racionalismo moderno y no perteneciente a un pensamiento occidentalizado (Apolo, 1999), un imaginario colectivo que genera elementos imposibles dentro de una sociedad lógica, que fomentan la creatividad y la misticidad del pensamiento, representan manifestaciones de su cosmovisión y sabiduría, además de satisfacer una necesidad emotiva y afectiva para con el contexto al que pertenece.

3.1.4. Aculturación

Se conoce como Aculturación al proceso por el cual un nuevo contenido cultural o aspectos de la misma es asimilado por una persona o grupo de personas. Esto se puede dar de forma directa o indirecta. En otras palabras, se refiere a como elementos de identidad perteneciente a un contexto diferente se vuelven parte de otro. A través de este proceso intervienen diferentes procesos de adaptación, modificación y supervivencia de la cultura nativa frente a las otras.

3.1.5. Franquicia en los medios

En el caso de este proyecto en particular, el término franquicia está basado en su significado en el ámbito mediato, que se refiere a una propiedad intelectual que incluye todos los elementos que componen una obra original de algún medio (personajes, escenarios, marcas registradas) como películas, libros, videojuegos, etc.⁹



3.2. Marco metodológico

Para el desarrollo de este proyecto, se ha generado una metodología propia basada en dos estructuras dentro del campo del diseño y la creación de narrativas transmedia.

En el caso del ámbito de diseño, la metodología a aplicarse se desarrollara mediante la aplicación de los siguientes pasos, los mismos que fueron tomados a partir de la metodología de Horst Rittel mencionada por Bernhard E. Bürdek en su libro *Historia, teoría y práctica del diseño industrial*, quien plantea un proceso de 6 fases:

1. Conocer y definir “la misión” (la tarea.).
2. Reunir información.
3. Analizar la información adquirida.
4. Crear soluciones alternativas.
5. Juzgar (los pros y los contras de las alternativas) y decidir una o varias soluciones.
6. Hacer una prueba y ponerla en práctica.

Sin embargo, para los alcances y necesidades planteadas en este proyecto, se priorizaron 3 de ellos:

- 1. Conocer y definir la misión:** donde definiremos cual es nuestro objetivo y problemática a resolver a través de la exploración de antecedentes y vivencias personales que permitan identificar un problema.
- 2. Analizar la información adquirida:** en este caso, una clasificación de los contenidos obtenidos en el primer proceso y organizarlos según las necesidades del desarrollo del proyecto
- 3. Crear soluciones alternativas:** el proceso de producción, el cual contendrá la generación de la idea principal, proceso de bocetaje de sus contenidos, planteamientos de las propuestas gráficas aplicadas dentro del proyecto y finalmente la ejecución final de la propuesta definida.

Dentro del tercer punto, es donde el desarrollo de la narrativa transmedia es llevado a cabo, por lo que se vio la necesidad de estructurar el universo transmediático cuya aplicación y narración se genera dentro de diferentes plataformas mediáticas.



Por ello para la construcción de dicho universo, este proyecto se basó en la estructura definida por Ian Ginn (s.f.), la cual define cinco principios

- Crear una descripción del proyecto, generando una estructura robusta.
- Crear un mundo, narrativas, elementos para compartir, personajes y temas (representación de conflictos personales).
- Diseñar y planear mecanismos de compromiso y participación de las audiencias. Llamar a la acción en línea y el mundo real.
- Especificar medios y tecnologías. Incluidos juegos, dispositivos móviles y la red.
- Prepararse para los negocios creando presentaciones y pilotos, entendiendo los derechos, deberes y licencias.

En este caso, el ultimo paso será tomado como la defensa de tesis, donde se mostrará el trabajo realizado dentro de este TFC, por lo que no se encuentra mencionado dentro de este documento.



3.3. Marco Referencial

3.3.1. Star Wars y un Universo muy muy extenso

**STAR
WARS**



1.- Cartel de la Película “El retorno del Jedi”, tercera parte de la trilogía original.

2.- Portada del juego “Star Wars Force Unleashed II”, una historia alterna que ocurre entre las películas tres y cuatro.

3.- Portadas de los libros de Star Wars, que narran historias que ocurren después de las 6 películas.

4.- Figuras de acción de la saga Star Wars

En 1977, el mundo vio nacer a una de las más grandes franquicias de ciencia ficción de todo el mundo, creada por George Lucas y distribuida por 20th Century Fox, Star Wars se ha convertido en una obra maestra que es de conocimiento general de las personas alrededor del mundo, sea que hayan visto las películas o solo hayan escuchado de ellas, nombres como Darth Vader, Han Solo, Luke Skywalker, Yoda, R2D2, entre otros, son muy representativos dentro de la sociedad y la ficción moderna, una obra que marcó un antes y un después de lo que sería el género de la ciencia ficción en los medios cinematográficos y posteriormente en los medios en general.

Si lo que buscamos es un buen referente de un transmedia exitoso, Star Wars es el mejor ejemplo que existe en nuestra actualidad, juntando un gran número de seguidores alrededor del mundo. La famosa trilogía creada por George Lucas a superado la barrera del tiempo para convertirse en el ícono de la ciencia

ficción por antonomasia, ¿y como es posible esto?, gracias a que la franquicia a sabido adaptarse con el tiempo y explotar su potencial a través de varios medios que han aparecido con los años, desde una segunda trilogía en cines (y próximamente una nueva película) hasta adentrarse al mundo de la literatura y videojuegos, convirtiéndose así, en uno de los primeros transmedia más grandes del mundo.

Películas, videojuegos, libros, cómics, aplicaciones para celulares, juguetes, juegos de mesa e incluso fusiones con otras franquicias (por ejemplo Angry Birds: Star Wars) han permitido que varios usuarios de diferentes generaciones se adentren a tan complejo universo lleno de mundos extraordinarios, personajes trascendentes

e historias épicas, cada uno de ellos con historias y acontecimientos distintos que complementan una a la otra, por ejemplo, mientras las trilogías nos exploran un enfoque principal de una historia narrada, productos como los libros o videojuegos nos cuentan acontecimientos ocurridos antes, durante, después o en medio de los intervalos de cada película, complementando así a la historia principal y expandiendo cada vez más la grandeza y complejidad de la franquicia.

Star Wars es una de las transmedia que nos muestra el mejor ejemplo de tener una conexión directa con el usuario, los seguidores de la franquicia, a través de sus diferentes medios de difusión y narración, investigan, expanden y exploran el universo Star Wars preservándola así en el tiempo, además de tomar referencias y enseñanzas dentro de la historia para aplicarlos en sus círculos sociales o su vida cotidiana.



Club de Fans de Star Wars en Ecuador, usando trajes pertenecientes a la franquicia en eventos culturales y funciones de cine

Rescatado de: <http://www.guayageek.com/2012/03/el-club-de-fans-de-star-wars-en-ecuador.html>

3.3.2. League of Legends y las Referencias Culturales

League of Legends (LoL) es en la actualidad uno de los videojuegos MOBA¹⁰ en línea gratuitos más populares en el mundo, siendo uno de los juegos de computadora más jugados en América del Norte y Europa, creado por la empresa RIOT Games en el año 2009, LoL en la actualidad abarca un total de 67 millones de jugadores al mes, 27 millones al día y aproximadamente 7.5 millones de jugadores durante horas pico.

Entre los aspectos que han hecho popular a este juego entre las masas, más allá de su jugabilidad se encuentra en el diseño de sus personajes y escenarios, en la manera creativa de combinar universos medievales, mágicos y de ciencia ficción, su línea gráfica híbrida con aspectos para el gusto de todo público, y sobre todo la manera de manejar referencias culturales varias, sea en sus personajes, escenarios, gráfica o en eventos temáticos que realizan en fechas específicas de suma importancia alrededor del mundo.

La manera de manejar estas referencias culturales no solo ayudan a enriquecer el universo narrativo del juego, sino también el ayudar en la difusión de festividades alrededor del mundo, sacando misiones, estéticas gráficas y trajes para los personajes según la temática. Entre los referentes culturales utilizados podemos destacar fechas como navidad, día de san patricio, carnaval y el año nuevo chino.



1.- Traje especial del personaje Wu Kong lanzado durante el año del Dragon (año nuevo Chino)

2.- Serie de actividades participativas en línea durante las fiestas de Carnaval.

3.- Temática del año nuevo Chino realizado por el año del caballo, también contó con varios trajes especiales de la fecha.

4.- Traje especial del personaje Katarina lanzado en Navidad.

5.- Traje del personaje Veigar con temática del día de San Patricio.

¹⁰ El termino MOBA son las siglas de Multiplayer Online Battle Arena, es un subgénero de videojuego estratégico en tiempo real donde normalmente dos equipos en los que cada jugador controla un personaje se enfrentan con el objetivo de conquistar la base del equipo oponente, este tipo de videojuegos enfatizan el trabajo en equipo para obtener la victoria.



LoL es uno de los referentes principales que han influenciado el desarrollo de este proyecto, tanto en su diseño de personajes como en el manejo de las referencias culturales, y también a que, a pesar de no ser un Transmedia, maneja algunos de los principios pertenecientes a este, como por ejemplo un excelente uso de pistas de migración principalmente dentro de sus ilustraciones, donde pequeños elementos y detalles pero perceptibles a simple vista han sido utilizados como pistas de migración para crear intriga y expectativa en los usuarios con respecto al lanzamiento de nuevos personajes, los cuales entre más aparecen, más expanden el universo narrativo y las diferentes historias dentro de el.



Esta imagen muestra un ejemplo de la aplicación de capacidades negativas en las ilustraciones de League of Legends, que fueron utilizadas como estrategias para generar rumores de personajes nuevos que luego fueron anunciados de manera oficial y colocados dentro del juego

Imágenes utilizadas en esta composición rescatadas de: <http://lan.leagueoflegends.com>



3.4. Marco Conceptual

3.4.1. Transmedia y Diseño, una respuesta innovadora para la resignificación cultural.

La transferencia de la mitología a través del tiempo se da por medios narrativos. si queremos una perduración de la misma, es esencial actualizar dichos medios para que las creencias ancestrales se mantengan siempre vigentes sin importar el contexto temporal y el target a quien vaya dirigido. La transmedia es la respuesta porque está en constante evolución tanto en sus plataformas como en su interactividad con el usuario, convirtiéndose en la manera más exitosa de compartir un contenido entre varias personas con intereses mediáticos distintos, conectándolos mucho más con los mundos narrados.

Además de eso, la transmedia es una estrategia mediática que no se ha visto en el país aplicada de la manera que se ha planteado, sus mecanismos de participación con el usuario son una herramienta que no se debe desperdiciar, porque al conectar de manera más personal a las audiencias con la franquicia ayudará a que esta se vuelva parte de su identidad y sus elementos perduren dentro del imaginario colectivo del usuario. Esto además, sumado como una estrategia de comunicación cultural permite la perduración de nuestras creencias en el tiempo.

Al vivir completamente en una sociedad en constante interacción global, el innovar los contenidos culturales de nuestro contexto mediante la adaptación del mismo a las exigencias internacionales y a los intereses del joven actual es algo de lo que no se puede desligar la creación audiovisual, gráfica y comunicativa basada en mitología, porque hay que pensar que las cosas que se crean en Ecuador no son solo para los ecuatorianos, sino para un mundo que está en evolución, que viven en un constante proceso de aculturación.

3.4.2. ¿En que aporta el diseño dentro de un transmedia?

El diseño es la interfaz amigable del hombre y su entorno¹¹, se encarga de generar todos los elementos que intervienen en la relación con el usuario, en la manera que los medios a utilizar se van a conectar entre ellos y con la audiencia, que elementos visuales tendrán impacto para la aceptación del producto final con capacidades competitivas frente a las producciones extranjeras. La construcción del mundo narrativo y todos los elementos que intervienen en el mismo van de la mano: El cómo se va a contar y comunicar dicho universo,

11 Otl Aicher, esta frase fue utilizada por Marcelo Ghio durante su conferencia "Oxitobrand" en la Feria del Libro 2013



las características que tiene que cumplir el contenido visual del proyecto para denotar identidad Ecuatoriana pero aún así con el suficiente impacto para las masas globales, cuáles son las cualidades que deben cumplir los personajes para una asimilación y conexión por parte de las audiencias, qué experiencias nuevas se les va a dar a los usuarios dentro de cada nuevo medio donde se cuente la historia, entre otros. Todos estos aspectos se construyen como una estrategia narrativa y de resignificación, con el objetivo de crear una producción innovadora que conecte a las masas en una constante participación con la historia, para que aprendan y asimilen más su cultura ancestral a través de un producto que no solo se quede limitado al mercado local, sino que pueda tener posibilidades de ser parte de la sociedad global contemporánea.

En nuestro contexto latinoamericano, al estar aún empezando a incursionar en este campo, explorar el contenido de identidad cultural y usarlo como recurso creativo es el primer paso para generarle la importancia que se está buscando. Este primer paso se debe dar en lo que podría considerarse la raíz de las creaciones innovadoras comunicativas, el diseñador. Al momento que le da verdadera importancia a la cultura de donde proviene, podrá explorarla hasta sus más diminutos rincones y utilizar dichos conocimientos para manipular su contenido generando ideas nuevas y proyectos innovadores que pueden educar a través del entretenimiento, sin necesidad de la monotonía o parecer arcaicos, mostrando que hay una evolución en la prefiguración de elementos interesantes que pueden ser fácilmente asimilados por las personas sin importar el contexto espacio-temporal al que pertenezcan, conforme avancen las épocas y cambien las circunstancias existenciales de los usuarios, las creencias ancestrales encontrarán nuevas maneras de trascendencia.





4. Transmedia

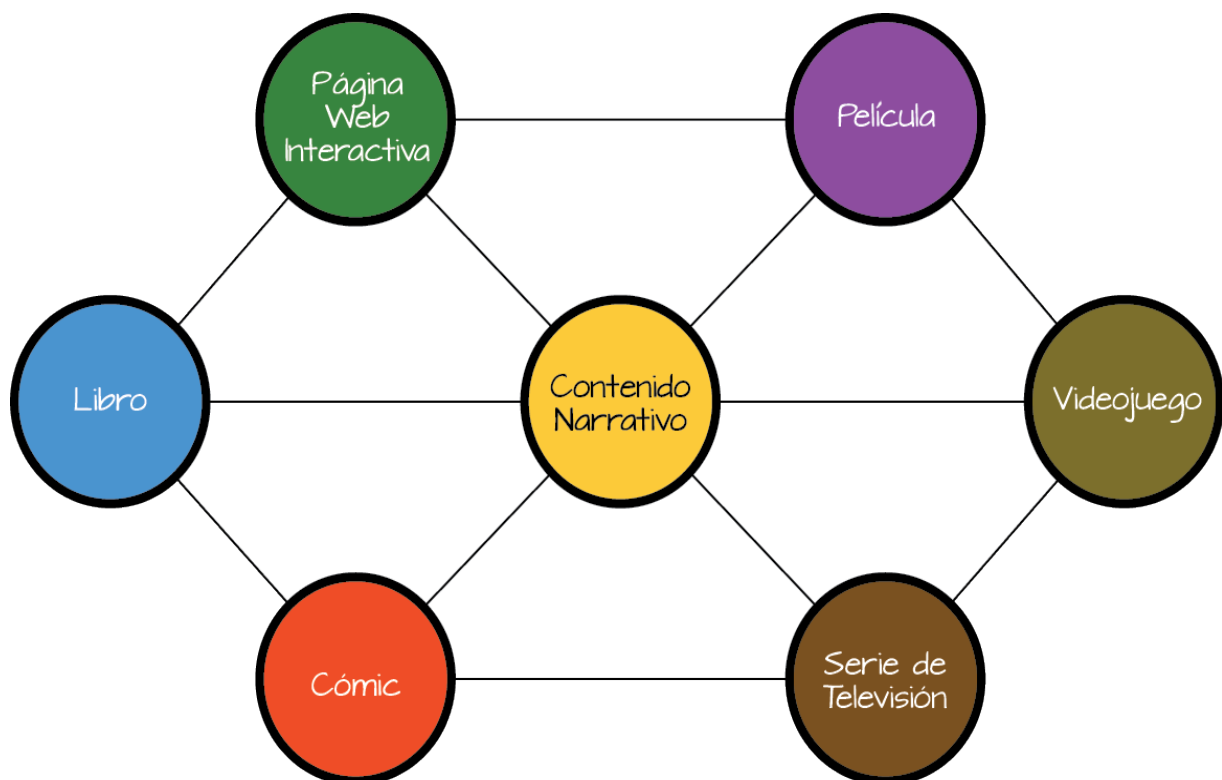


“Un texto transmediático no dispersa simplemente información: provee una serie de roles y objetivos donde los usuarios pueden asumir la representación de aspectos de la historia a través de su vida cotidiana”

Henry Jenkins, 2007

Dentro de un transmedia, el hecho de que la narrativa sea el eje principal por sobre los medios que la relatan, hace que exista una mejor satisfacción en el consumo de sus partes, muy diferente a la franquicia tradicional, donde la satisfacción del consumidor puede llegar a estancarse en solo uno de los productos consumidos, porque en este tipo de franquicias, una de sus partes se vuelve privilegiada por sobre las otras y por sobre la narrativa en sí.

La transmedia es una respuesta ideal en el tiempo actual. La aparición de varios medios y espacios que los mismos abren hace que exista una mayor cantidad de entradas para una persona en conocer de un tema en específico, de manera que uno puede cubrir un mayor campo de acción para llegar a muchos más usuarios en lo que uno quiere hacer, ampliando los ciclos de vida del contenido creativo y generando una experiencia más interactiva en el consumidor, bien sea a través de medios tradicionales o digitales, siempre y cuando estos medios no se desliguen unos de otros.



Mapa que representa la interconexión que existe en una franquicia transmedia entre varios medios con el contenido narrativo y entre ellos.



4.1. Factores importantes que intervienen en la construcción de un universo transmediático

En la narración transmedia, la reacción, interés e interacción del usuario para con el universo creado es el aspecto más importante de todos, por lo que es necesario tomar en cuenta varios factores que serán los que definan tanto el manejo de la narración como los medios en los que será aplicada, los cuales tienen que ver con los elementos de composición y los principios de la narrativa transmediática.

Para obtener la atención del usuario, la narración transmedia requiere de técnicas que mantengan la continuidad de la historia pero que al mismo tiempo motiven al usuario a ser partícipe de ella, es por eso que el contexto de la narrativa (el mundo) tiene que ser un elemento de mayor importancia, esta ayuda a conectar cada pequeño fragmento que constituye el relato para que sigan una misma secuencia, y que además, completen aquellos espacios vacíos generados a propósito dentro de la historia cuyo objetivo es crear una experiencia inmersiva en el usuario. Existen dos elementos utilizados para dicho objetivo: la **capacidad negativa** y las **pistas de migración**.

La **capacidad negativa** se refiere a la estrategia de crear brechas o vacíos dentro del universo narrativo para generar misterio o duda en el usuario, creando en ellos una necesidad de explicar el por qué de dichos vacíos dentro de la trama, los cuales son completados con la propia imaginación del usuario, para ello es necesario que el universo donde transcurre la historia sea detallado.

Las **pistas de migración** por su parte, son señales visibles al interior del texto que conducen a contenidos presentes en otros canales. Marc N. Ruppel (2006) define a las pistas de migración como caminos narrativos marcados por un autor para ser localizados por un usuario a través de diferentes patrones de activación.¹²

En un proyecto transmedia, las capacidades negativas y las pistas de migración tienen que ser trabajadas en conjunto como elementos complementarios uno de otros para generar una experiencia de profundización en la historia por parte de la audiencia. Las capacidades negativas son las que permiten a los desarrolladores de contenidos definir qué tipo de pistas migratorias se van a utilizar, que generan la conexión entre plataformas mediáticas, por eso ambos tienen que ser tomados en cuenta como elementos iniciales al momento de generar

¹² Aguilar, Diseño de Narrativas Transmediáticas: Guía de referencia para las industrias creativas de países emergentes en el contexto de la cibercultura, 2011.





una narrativa transmediática, siendo el “gancho” para la gente con interés en ser partícipes de la franquicia y pueden identificar nuevos puntos de entrada a la misma.

“Las audiencias al consumir múltiples componentes de una extensa franquicia narrativa, construyen en su mente grandes bases de datos con las que conectan cada nueva pieza de información con lo explorado previamente” (Long, 2007).



4.1.1. Principios Narrativos.

El segundo factor habla de los principios involucrados en una narrativa transmedia definidos por Henry Jenkins (2009), que pueden ser aplicados para el desarrollo de la obra o proyecto en cuestión. Estas representan un momento de interacción del público con los textos disponibles en las múltiples plataformas empleadas para su distribución. Sería preferible (más no obligatorio) involucrar a todos para una mejor exploración e interactividad de la narración, estos siete principios son:

- 1.- Expansión y Profundidad
- 2.- Continuidad y Multiplicidad
- 3.- Inmersión y Extracción
- 4.- Construcción de mundos
- 5.- Serialidad
- 6.- Atractivo Cultural

4.1.1.1. Expansión y Profundidad.

El principio de expansión se refiere a la actividad del público en difundir contenido a través de redes sociales, lo cual aumenta el valor económico e impacto cultural de un medio gracias a las audiencias que comparten información al interior de las comunidades a las que pertenecen. (Jenkins, 2009)¹³

Todo este principio obtiene su fuerza gracias a las relaciones sociales de los individuos que consumen un producto o servicio determinado, siendo una promoción por parte de la audiencia que en cierta forma crea más credibilidad en los usuarios de lo que haría una campaña publicitaria, debido a que es el propio consumidor quien considera bueno al producto para compartirlo con el resto de su comunidad.

Por otra parte, la profundidad, abarca un target más específico. El objetivo de este es el invitar al usuario a explorar más allá de la superficie de la historia y descubrir a detalle el contenido de ella. Esta actividad es principalmente realizada por las comunidades de fanáticos de dicha historia, permitiendo tener un conocimiento total del universo planteado en una narrativa.

¹³ Aguilar, Diseño de Narrativas Transmediáticas: Guía de referencia para las industrias creativas de países emergentes en el contexto de la cibercultura, 2011. p.16.



Este contenido no suele estar implícito dentro de la historia principal, de hecho, el principio se llega a dar gracias a la capacidad negativa y pistas de migración generadas dentro de este, el cual es un mecanismo de atracción mediante interrogantes que serán únicamente resueltas por el compromiso del usuario con la historia y adentrarse minuciosamente en ella. Este principio de hecho, al crear una necesidad de encontrar información, es el detonante que genera comunidades con intereses similares como los Foros de contenidos varios, donde personas de diferentes países pueden compartir sus conocimientos con otros usuarios, generando una retroalimentación entre la comunidad y manteniendo vivo el interés con el mundo de una historia planteada.

Ambos principios son complementarios, la expansión se encarga de llamar la atención del usuario y lograr reconocimiento de una franquicia para con una comunidad pero dicha franquicia debe de contener elementos que motiven al usuario a profundizar dentro de ella, generando una relación usuario-franquicia a largo plazo.

4.1.1.2. Continuidad y Multiplicidad

El principio de continuidad es la que permite a una historia mantener su coherencia y pertenencia dentro de ella, es un elemento de esencial importancia para poder construir narrativas robustas y complejas, también establece diferencias entre contenido lineal y no lineal. Este principio debe ser principalmente aplicado por los creadores de la historia, para mantener el ritmo de la misma.

Por otra parte el principio de multiplicidad aborda planteamientos alternativos a la idea original de un autor, esta depende de los fanáticos de la franquicia, quienes pueden generar sus propias creaciones a partir de contenidos existentes.

Mientras una narrativa tradicional se basa en un principio continuo, la narrativa transmedia se mueve desde el principio de la multiplicidad. Un universo puede contener una variedad de historias alternativas a la lineal o universos paralelos de la misma, generada por diferentes autores, donde pueden cambiar contextos sociales, políticos, espacio-temporales u otros que plantearían nuevos comportamientos de los personajes en la historia.

Este contenido alternativo generado por los usuarios se mantiene como extra-oficial al desarrollo de la narrativa, en otras palabras, ayuda a la participación y promoción de la franquicia, pero no se la toma en cuenta como parte esencial de la historia principal por parte de la misma.





4.1.1.3. Inmersión y Extracción

Este principio plantea dos puntos dentro del comportamiento del usuario. En la inmersión, el consumidor busca cómo adentrarse en la historia para conocer más de ella. El principio de Extracción en cambio, se refiere a aspectos que el usuario toma de la historia para involucrarlos en su vida cotidiana, generando un vínculo íntimo con la franquicia, estas pueden ser alusiones, frases, visiones u otro tipo de elementos pertenecientes a una franquicia que el usuario utiliza dentro de su círculo social, se puede mencionar como ejemplo a las comunidades dedicadas a la actividad del Cosplay.

4.1.1.4. Construcción de mundos

Este punto se refiere al mundo de la narrativa transmediática, el cual es el soporte del contenido narrativo que involucrará a diversas historias y personajes, se caracteriza principalmente porque tanto el creador de contenido como el consumidor del mismo tienen una imagen mental de todos los elementos que intervienen en su esencia, entre más grande y complejo es el universo, mayor es el soporte para generar diferentes historias y contenidos.

4.1.1.5. Serialidad

Este principio afirma que el punto más significativo de atención en una historia sucede cuando un texto termina y da inicio a otro, generando así expectativas en el usuario para la siguiente entrega manteniéndolo en seguimiento continuo de la historia. Este principio es aplicado dentro de las series de televisión con una historia continua y con las trilogías en el cine, como por ejemplo Star Wars (ver pág. 23).

4.1.1.6. Subjetividad

El principio de subjetividad habla de la existencia de elementos en la historia que juegan un rol secundario en la misma, pero que cumplen un papel de cierto interés en la audiencia, estos pueden ser personajes, escenarios u objetos. Existen 3 elementos dentro de este principio (Jenkins, 2009):

- 1.- Interés en enfatizar lo inexplorado de los mundos de ficción.
- 2.- Ampliar la línea de tiempo de la historia a partir de relatos alternativos de la misma, que están directamente relacionados con el relato original.





3.- Motiva a hacer visibles las experiencias y perspectivas de los personajes secundarios.

En otras palabras, el principio de subjetividad busca una multivisión de un universo narrativo, donde cada elemento contiene más información que lo complementa. De este modo, se puede crear contenido narrado desde un lugar o de un personaje poco explorado en la historia original, ayudando a generar más complejidad e interés en la trama.

4.1.1.7. Atractivo Cultural

Este es el último principio de una narrativa transmedia, también llamado performance o mejor conocido como ejecución, tiene que ver con el comportamiento del usuario con respecto a lo que consume, es una invitación a una participación constante para con la franquicia, dispuestos a invertir su tiempo en crear comunidades para compartir y también buscar información que no se encuentra explícita dentro de la franquicia, darle algo que hacer al usuario más allá del consumo del producto generado, en otras palabras, una invitación que permita al usuario aplicar el principio de inmersión y extracción. Este es posiblemente el elemento más importante que debe cumplir una narrativa transmedia, el crear un producto lo suficientemente atractivo para generar estos comportamientos dentro de la audiencia, asimilando un producto como parte de su identidad cultural.





5. Mitología





La mitología es un producto de la imaginación y el pensamiento humano, que se va creando con los años y reconocida por su contenido narrativo, filosófico e incluso visual, un algo que trata de responder el origen, existencia y destino de una comunidad, atesorar y guardar las creencias y preceptos de tradición (que obtienen mayor valor gracias a ello) y trasciende las barreras del tiempo y espacio, acoplándose a cada cambio evolutivo del mundo. Esta no es únicamente perteneciente al pasado, las sociedades modernas también han generado sus propios mitos: los super héroes de los cómics, los monstruos espaciales de Lovecraft¹⁴ y los Creepypastas¹⁵ son algunos ejemplos de que la imaginación humana aún busca maneras de explicar lo inexplicable dentro de su realidad, idealizan sus miedos e ideales y los vuelven parte de la identidad social a la que pertenecen (Apolo, 1999).

Ecuador es un país con biodiversidad abundante tanto en su naturaleza como en su riqueza cultural. Entre estos tesoros, la mitología de los pueblos mestizos es la más basta y elaborada de todas las mitologías dentro de nuestro contexto. Es una combinación de pensamientos y elementos de varias culturas distintas que han llegado a nuestra sociedad como consecuencia de un proceso de aculturación impulsado por la acción colonizadora.

Esta mitología se ha construido a partir de una anulación de las antiguas deidades del pueblo Ecuatoriano gracias a los procesos de evangelización en los tiempos de colonización, sin embargo no se han perdido en el tiempo, estos siguen presentes pero de una manera más desglosada dentro de otros mitos y leyendas que componen dicha mitología. A esta, se han sumado otros seres, lugares y objetos que la sociedad mestiza ha sabido generar a partir de sus vivencias a través de la historia, y en muchos casos, generando una hibridación de seres y elementos pertenecientes a leyendas de otros contextos sociales.

Sin embargo, es preciso aclarar que los elementos de esta mitología (incluso los seres nuevos basados en otras creencias) reflejan rasgos muy importantes de identidad para la comunidad mestiza ecuatoriana, que es la estrecha vinculación con la cultura quichua andina, debido a que la gran mayoría de mestizos en Ecuador son descendientes de ella.

14 H.P. Lovecraft (20 de Agosto de 1890 – 15 de Marzo de 1937) fue un autor de novelas y cuentos de terror, considerado por muchos como un gran innovador de las historias de terror, fue el responsable de la creación de relatos del terror que salen fuera de la temática tradicional de lo sobrenatural generando una mitológica moderna con deidades del espacio exterior y acontecimientos de tipo ciencia ficción. Una de sus creaciones más conocidas es Cthulhu un ser de origen extraterrestre que según la mitología Lovecraftiana, existe en las profundidades de los océanos de nuestro planeta.

15 Creepypasta: es un término nacido en internet, proviene de las palabras “Creepy” que significa “Espeluznante” y “Pasta” que es derivado del término “Copy-Paste”, se refiere a historias de terror modernos escritos de manera anónima que pueden encontrarse a través de internet.





“[...] no sólo porque la mayoría de elementos mitológicos de los mestizos son de procedencia runa, sino porque los elementos mitológicos nuevos, creados por mestizos, se han hecho desde pautas culturales netamente andinas.” (Apolo, 1999)

5.1. Elementos y características que conforman la mitología mestiza ecuatoriana

Según Manuel Espinoza Apolo, la mitología mestiza está estructurada en 3 clasificaciones importantes: Los **seres imaginarios**, objetos maravillosos y personajes legendarios, los dos primeros representan creencias vigentes, mientras que la tercera son elementos pertenecientes al pasado, donde se ubican protagonistas de ritos, de leyendas o que históricamente existieron.

Dentro de esta triple división se encuentran ciertas características que podrían ser interpretadas como semiología de los mitos mestizos ecuatorianos. Entre las más destacadas se denota los siguientes:

1.-Podemos notar que los seres imaginarios en su gran mayoría viven en el mundo terrestre, ninguno de ellos es perteneciente a un reino de los cielos o al inframundo. Esto se debe, según la etnología, a la búsqueda de resaltar una proveniencia directa de la tierra, de haber nacido de una sola entidad y no de dos, por ello la Pacha Mama (madre tierra) es la entidad engendradora de la existencia del mundo.

Los temas de opresión y violencia sexual son un elemento recurrente en esta división de los mitos, sea por criaturas que acosan o atacan sexualmente a sus víctimas o son resultado de actos impúdicos o pecaminosos, como el caso de los Gangones, seres zoomórficos que nacen a partir de las almas de los hombres y mujeres que han cometido adulterio o incesto.

Otro aspecto de suma importancia dentro de esta división es el hecho de que todos los seres demoniacos son de sexo masculino mientras que los pocos seres malvados femeninos son espectros atormentadores, esto se debe a la polarización socio-sexual de la cultura andina, el sexo masculino representa maldad, mientras que el femenino se vincula con la tierra, el rol de maternidad y familiar. Por esta razón los pocos seres malvados de sexo femenino son resultado de quienes atentan en contra de dicho rol, porque la madre es el elemento de importancia dentro del concepto de familia en el pensamiento cultural mestizo. Además, se puede denotar que una gran mayoría de seres son generalmente malignos, esto es consecuencia del proceso de evangelización





que satanizó a muchos seres del imaginario colectivo andino, sin embargo estos pertenecen en su mayoría a la sierra-norte, mientras que en la sierra-sur y en la costa, algunos de ellos tienen su versión benévola.

Algunos de los seres pertenecientes a esta primera división son: El Chuzalogno, Mariangula, la Viuda, el Tin Tin, el Cuco, el Carbunco, el Duende, etc.

2.- En el caso de los objetos maravillosos, se puede apreciar la tendencia de considerar a paisajes naturales como entidades mágicas y biológicas (lagunas, cerros y rocas), capaces de cambiar a voluntad, otorgar o despojar de objetos, habilidades, regalos o incluso la vida a quienes estén en presencia de ellos. A estos también se añaden los acontecimientos meteorológicos y geográficos como el arcoíris o las cuevas, que en su gran mayoría son atribuidos como acontecimientos o moradas de seres del malignos.

Entre algunos ejemplos de los objetos maravillosos tenemos el Cerro Santana, la Mano Negra y la Caja Ronca.

3.- Por último, los personajes legendarios son representaciones de la cultura popular mestiza que está llena de varios héroes, bandoleros buenos o seres místicos, todos ellos en su mayoría de originarios de la cultura quichua, quienes son conferidos con dotes como la valentía, astucia y muchas veces, habilidades mágicas. Entre ellos destacan el Diablo Huma, Cantuña, el Padre Almeida, la Mama Negra, entre otros.

La riqueza cultural de los mitos mestizos ecuatorianos aunque de origen un poco accidental, tiene un contenido basto e interesante para todos aquellos que quieran conocer un poco del pensamiento andino y el resultado que este puede tener al hibridarse con otros contextos en generar pensamientos muy imaginativos que dan origen a seres y objetos de otro mundo con cualidades impresionantes que no solo reflejan características, creencias y vivencias de identidad para los pueblos mestizos ecuatorianos, sino que pueden ser un recurso valioso para generadores de contenido dentro y fuera del país.

Ahora bien ¿En que aporta el diseño dentro de un transmedia? el diseño es la interfaz amigable del hombre y su entorno¹⁶, este se encarga de generar todos los elementos que intervienen en la relación con el usuario, en la manera que los medios a utilizar se van a conectar entre ellos y con la audiencia, que elementos visuales tendrán impacto para la aceptación del producto final con capacidades competitivas frente a las producciones extranjeras. Por ello la construcción del mundo narrativo y todos los elementos que intervienen en el mismo

16 Otl Aicher, esta frase fue utilizada por Mareclo Ghio durante su conferencia "Oxitobrand" en la Feria del Libro 2013





van de la mano, el como se va a contar y comunicar dicho universo, las características que tiene que cumplir el contenido visual del proyecto para denotar identidad Ecuatoriana pero aún así con el suficiente impacto para las masas globales, cuales son las cualidades que deben cumplir los personajes para una asimilación y conexión por parte de las audiencias, que experiencias nuevas se les va a dar a los usuarios dentro de cada nuevo medio donde se cuente la historia. Todos estos aspectos se construyen como una estrategia narrativa y de resignificación, con el objetivo de crear una producción innovadora que conecte a las masas en una constante participación con la historia, para que aprendan y asimilen más su cultura ancestral a través de un producto con posibilidades competitivas dentro de la sociedad global contemporánea.





6. Diseño



6.1. Tierras Mitológicas: un proyecto de resignificación cultural

Tierras Mitológicas es un proyecto transmediático que plantea buscar la revalorización, resignificación y perduración de los mitos mestizos de Ecuador, principalmente en el público juvenil, quienes viven o vivieron dentro de un proceso de aculturación (zonas urbanas del Ecuador) – jóvenes que han crecido con el ingreso de producción audiovisual y multimedia generada por los países extranjeros –, ayudando así no solo a preservar los mitos de una manera creativa e innovadora, sino también demostrar que nuestra cultura es un excelente recurso en la creación de proyectos visuales y audiovisuales que cumplan con exigencias para competir con productos culturales de otros países.

El proyecto que consta de varios elementos para su respectiva y correcta funcionalidad, donde en primera instancia se encuentra el universo narrativo, construido a partir de los conocimientos teóricos existentes sobre la cosmovisión y cultura mestiza. Los personajes, los escenarios, las historias y otros elementos se ven directamente influenciados por estos mismos factores, es por ello que el contenido de este proyecto es netamente de identidad ecuatoriana, pero dirigida a un multitarget de la juventud actual.

El segundo aspecto importante de este proyecto es la definición de los medios por los cuales será narrada la historia. Estos deben cumplir funciones distintas una respecto a la otra cubriendo diferentes líneas narrativas, permitiendo que el usuario se transporte de un medio a otro para complementar al anterior. Además, el tener bien seleccionadas las plataformas mediáticas del proyecto permite una mejor definición con respecto a la apariencia gráfica de los personajes en ellas. Se propone que la narrativa del proyecto Tierras Mitológicas se desarrolle a través de los siguientes medios: Un videojuego, una serie animada y un cómic

6.1.1. Clasificación de los Mitos

Una vez definidos los aspectos principales de este proyecto, se procedió a realizar una clasificación de los mitos mestizos ecuatorianos según ciertos criterios pertenecientes a sus descripciones (origen, apariencia, malignos, benignos o neutrales), lo que permitirá una fácil selección de personajes principales, secundarios y antagonistas. Se trabajó con las divisiones de “Seres imaginarios” y “Personajes Legendarios” existentes en la mitología mestiza ecuatoriana. La división realizada es la siguiente:



Espíritus Terrenales:

A esta clasificación pertenecen todos los seres pasivos y no humanos existentes en la mitología mestiza ecuatoriana. Aquí se colocaron animales mitológicos y espíritus pasivos, que en su gran mayoría son defensores de lugares geográficos y tesoros valiosos, otros son seres mortales o espectrales que vagan a través de la tierra (Tabla 1).

Los espíritus terrenales vendrían a ser personajes secundarios dentro del mundo narrativo planteado, sin embargo y gracias a las variables posibles de un universo transmediático, algunos de estos pueden llegar a ser protagonistas en ciertos momentos de la narrativa.

Tabla 1 Lista de seres pertenecientes a la categoría ESPÍRITUS TERRENALES			
Almas en Pena	Mama Huaca	Chira-Chira	Pollo de las Animas
Almas Santas	San Veritude	Gangones	Soliman
Guagua Negro	Taita Carnaval	Gallina de Oro	Urcu yaya
Hada de Santana	Ujibeño	Huacay-Siqui	Zhiro
Juanita de Oro	Caballo de Colores	Madre del Agua	
Judio Errante	Carbunco	Mula Cabriosa	

La Mala Legión:

Aquí fueron agregados todos los seres malignos, que poseen la característica de producir miedo y sufrimiento, además, son responsables de fechorías anti-natura contra los seres humanos. Entre ellos hay una gran variedad de demonios, humanos y espíritus malignos. Se decidió nombrar a esta categoría como Mala Legión debido a que con ese nombre es conocido al conjunto de demonios y almas condenadas que desfilan al compas de la Caja Ronca, una famosa leyenda Ecuatoriana (Tabla 2).

Los seres pertenecientes a La Mala legión vendrían a ser los antagonistas del universo narrativo, y entre ellos también existirán divisiones de villanos principales y villanos secundarios, siendo el Diablo el líder de todos ellos, quien es el ser maligno más recurrente dentro de los mitos y leyendas mestizas.





Tabla 2
Lista de seres pertenecientes a la categoría
LA MALA LEGIÓN

El Diablo	Hojarasquin	Sacharuna	Ermitaño de Riobamba
Cuco	Huiñaguilli	Viuda	Runa-Llama
Chullachaqui	Madre Monte	Ucapacha	Duende sátiro
Chuzalongo	Negra Cabezuda	Genio	Quisquinay
Duende persigue niños	Pelona	Voladora	Brujo de Telimbela

Héroes Legendarios:

En esta última categoría se colocaron todos los seres pertenecientes a la clasificación original de los mitos conocida como “Personajes Legendarios” a excepción del Ermitaño de Riobamba y el Brujo de Telimbela, quienes fueron agregados a la lista de “La Mala Legión” debido a sus descripciones. En este caso la palabra “Personajes” fue cambiada por “Héroes” para darles un mayor grado de importancia e imponencia.

Los Héroes Legendarios vendrían a ser los personajes principales de nuestro universo transmediático, cada historia contada en Tierras Mitológicas partiría de uno de estos mitos.

Tabla 3
Lista de seres pertenecientes a la categoría
HEROES LEGENDARIOS

Aricuchico	Diablo-Huma	Juan Oso	Padre Encantado
Cantuña	Espindola	Mama Negra	Perejil
Conchistas	Gigante de Sumpa	Huaco	Posorja
Coraza	Hijo del Chimborazo	Naum Briones	Pucho Remaches
Chilena	Mujer de Punta Surco	Padre Almedia	
Quinara	San Bartolome	Yumbos	

Con esta clasificación, también se tiene una mayor facilidad de realizar una selección de personajes que tengan relaciones y conexiones unos con otros para que de ese modo, se pueda involucrar a varios dentro de una misma historia o generar pistas de migración que conecten sus historias de un medio a otro.



6.1.2. Creando el mundo de Tierras Mitológicas

Una vez recolectada, analizada y clasificada la información preliminar para el desarrollo de este proyecto, podemos iniciar con la construcción conceptual del mundo, que es el elemento más importante en la construcción de un transmedia dentro de sus principios, definiendo a breves rasgos la narrativa principal que estructura el mundo ficticio que estamos creando, de modo que este sea coherente y tenga posibilidades de expansión.

Introducción a Tierras Mitológicas (breve descripción del universo narrativo)

Durante tiempos lejanos, en un lugar ubicado en la mitad de todo el mundo, existe una tierra prometida conocida como Allpa. Esta tierra ha sido bendecida gracias al poder de La Madre Tierra (Pacha Mama), quien ha engendrado la vida y permite su existir. Los Espíritus Terrenales vienen directamente de ella, animales y almas pasivas que existen porque ella existe, y viven para proteger todos los rincones de Allpa.

La aparición de los seres humanos en los dominios de Pacha Mama no han sido ninguna especie de problema, La Madre Tierra acogió a la especie humana en su seno para vivir en armonía con la naturaleza en una existencia cooperativa, donde ella permite la prosperidad de las cosechas y el ganado, siempre que el compromiso humano sea el de preservar el equilibrio natural del mundo.

Sin embargo, El Diablo, un ser con el mismo origen de Pacha Mama, con un corazón tan frío como el hielo, amo y señor del caos, al sentir odio por la armonía entre los humanos, la tierra y los Espíritus Terrenales, decidió invocar dentro de los dominios de Pacha Mama a La Mala Legión, un poderoso y temible grupo de demonios cuyo objetivo es el corromper la mente humana para terminar con dicha armonía, creando codicia, temor, odio y guerras entre ellos.

La gran mayoría de seres humanos, al ser fáciles de corromper, cayeron en las tentaciones generadas por el Diablo y su Mala Legión, llevando al mundo a un desequilibrio total, donde Pacha Mama, al sentirse en riesgo de perecer en manos humanas, separó la existencia armónica directa con ellos y empezó vivir en constante protección de los Espíritus Terrenales, quienes se aseguraron de defender las riquezas y tesoros de la tierra para que no caigan en manos de los hombres corrompidos por el mal, y así la tierra prometida de Allpa vivió por varios siglos.



A pesar de que toda esperanza parece perdida, Pacha Mama ve nacer de entre los hombres a seres de buena voluntad y gran poder, unos de ellos simples mortales, mientras que otros estuvieron a merced del Diablo pero se volvieron renegados de su poder por defender lo justo y lo bueno. Estos seres están en una constante batalla personal entre la pureza y la corrupción de su pensamiento, entre renovar y mantener la vida en armonía con Pacha Mama o caer nuevamente en las tentaciones del Diablo y su Mala Legión. Ellos son conocidos como los Héroes Legendarios, humanos increíbles por sobre los demás, aquellos con el poder de cambiar o destruir la tierra prometida de Allpa.

En este escrito se puede apreciar una breve descripción del universo del proyecto Tierras Mitológicas. Este fue construido en base a las características existentes en la mitología mestiza ecuatoriana descritas por Manuel Espinoza Apolo, adaptándolas mediante la aplicación de arquetipos básicos dentro de una narrativa. El mundo donde transcurre la historia se nombró Allpa, palabra perteneciente al idioma quichua que significa “tierra”.

Al ser una introducción, es una primera manera de generar incógnitas para el usuario como “¿Quiénes conforman La Mala Legión?” o “¿Quiénes son los héroes legendarios?”, estos van a ser nuestros primeros puntos de partida como capacidades negativas, la idea es no revelar todos los personajes al mismo tiempo para crear expectativa en el usuario, por lo que serán revelados unos pocos y se irá agregando uno nuevo cada cierto tiempo.



6.1.2.2. Desarrollo de la imagen visual de Tierras Mitológicas

Una vez definidos el universo narrativo, se dio el paso de generar la identidad visual del proyecto Tierras Mitológicas, todos estos elementos serán descritos a continuación.

6.1.2.2.1. Marca Tierras Mitológicas

La Marca de Tierras Mitológicas busca ser una imagen gráficamente impactante y visualmente reconocible, tratando de reflejar el concepto de antiguo o místico pero épico y legendario, por ello se buscó darle una apariencia de reliquia valiosa. Las alas en la gráfica están basadas en el cóndor, una de las aves más icónicas del territorio andino y ecuatoriano. Las alas son utilizadas como un símbolo de trascendencia, uno de los objetivos principales de ese proyecto.

Se decidió manejar una cromática en tonos dorados para complementar el concepto de reliquia antigua dándole un mayor valor visual a la gráfica y porque el oro es un tesoro recurrente en las leyendas Ecuatorianas.

Originalmente, la marca pretendía tender un isotipo a partir de la estructura de la cruz andina, sin embargo este elemento fue removido del logo debido a su poca legibilidad en las reducciones del mismo que le generaba una apariencia de rosa dándole una innecesaria imagen de femineidad, además de ocupar un espacio considerable de la marca que se convertía en una complicación al momento de ser aplicado.



Marca de Tierras Mitológicas

6.1.2.2.2. Sub-Marcas

Los tres imagotipos de división de los mitos mantienen una relación directa con la marca paraguas de Tierras Mitológicas a través de una apariencia de reliquia antigua, en este caso tratando de simular la apariencia de talismanes, que fueron construidos tomando como estructura inicial a la cruz andina (Imagen 2), símbolo muy icónico entre los pueblos andinos.

Se planteó el uso de animales para la representación de cada categoría debido a que la naturaleza y los seres pertenecientes a ella son un elemento de suma importancia en la cosmovisión mestiza. Se puede apreciar que dos de estos animales son reptiles mientras que uno es un ave, así mismo ambos reptiles son terrestres, esto fue realizado a propósito para denotar el grado de importancia de los Héroes Legendarios dentro del universo transmediático.

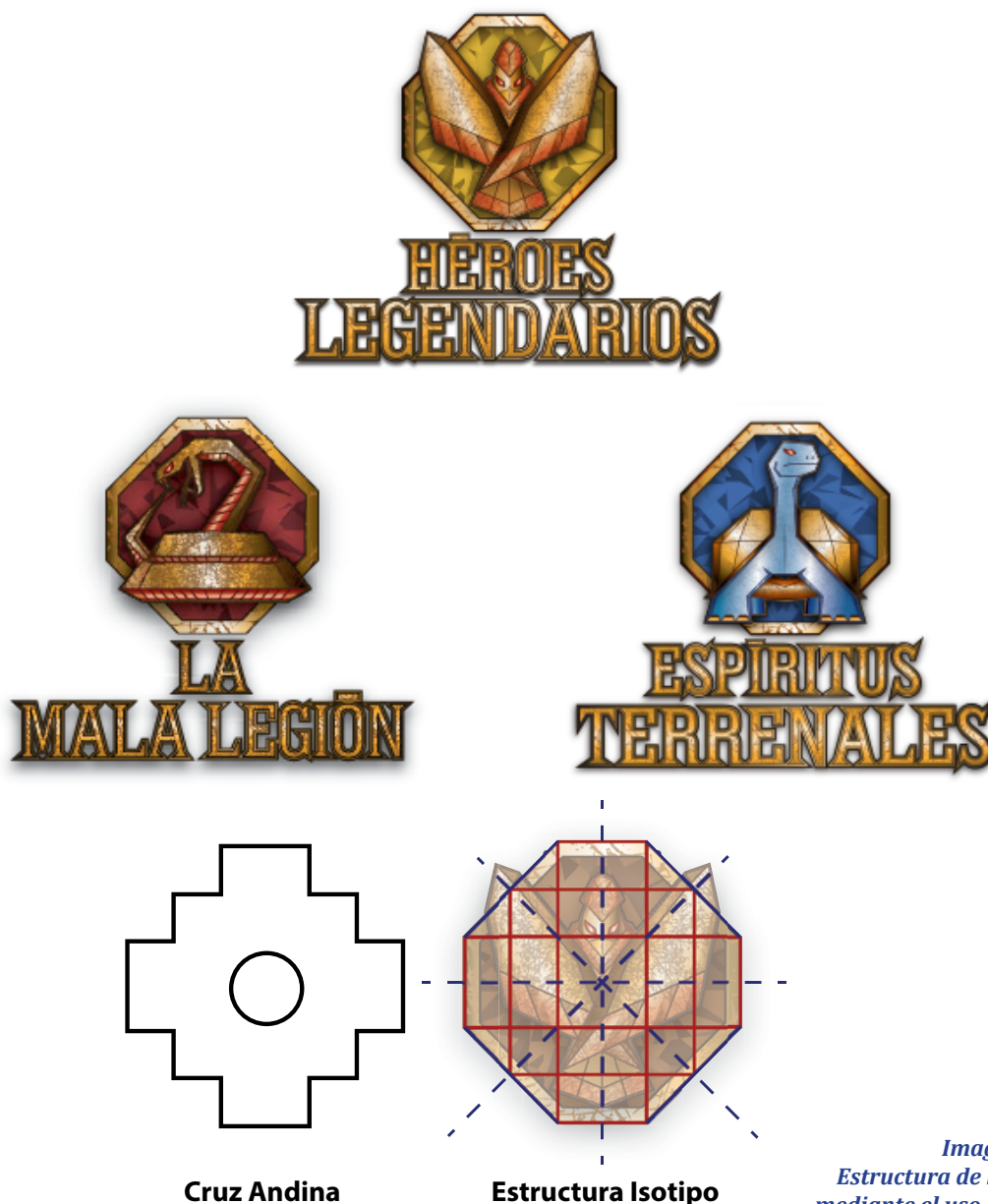


Imagen 2
Estructura de las sub-marcas
mediante el uso de la cruz andina



6.1.2.2.1. Descripción de las Marcas.

Héroes Legendarios

Animal representativo: Cóndor

Fue elegido para representar a los Héroes Legendarios debido a su reconocimiento como símbolo de nuestro país, un animal que es incluso parte del escudo nacional y de gran presencia.

Cromática:

Se realizó una selección cromática de tonos dorados en base a la marca paraguas pero con elementos de tonos cafés, un color cálido y neutro, además es el color más aproximado al amarillo y genera un excelente contraste con los tonos dorados, el uso de estas tonalidades trata de representar la neutralidad de bandos que posee esta categoría.



CROMATICA





La Mala Legión

Animal representativo: Serpiente

La Mala Legión se queda con este animal debido a que la serpiente siempre ha sido utilizada (en especial por la religión católica) como una representación del diablo, por lo que prácticamente el líder de La Mala Legión estaría siendo el icono representativo de su categoría.

Cromática:

Para este imagotipo se decidió trabajar con tonalidades de color rojo para reflejar los conceptos de peligro y agresividad, además de ser el color icónico del diablo.



CROMATICA





Espíritus Terrenales

Animal representativo: Tortuga

La selección de la tortuga para los Espíritus Terrenales se la realizó debido a que este animal ha sido un símbolo de representación de nuestro planeta desde tiempos remotos, cuando se pensaba que la tierra era plana.

Cromática:

el azul fue asignado a los Espíritus Terrenales por ser un color que refleja tranquilidad y relajación, también refleja un concepto de estabilidad y eternidad, reflejando el concepto de armonía con la tierra que existe en esta categoría.



CROMATICA



6.1.2.3. Los Personajes

Para el desarrollo de los personajes se planteó el explorar los mitos Ecuatorianos buscando los que tenían conexión unos con otros, generando una historia basada en la leyenda de uno de los seres pertenecientes a la clasificación de los Héroes Legendarios. En este caso, para la demostración de la aplicación de este proyecto, se seleccionaron dos personajes que tienen conexión uno con otro, el Diablo-Huma, de los Héroes Legendarios, y el Diablo de La Mala Legión.

6.1.2.3.1. Diablo Huma

Mito Original

Enmascarado que acompaña a los aricuchicos en las festividades relacionadas con la cosecha al norte de Quito. La palabra huma, significa en Quichua “cabeza”, por lo que su nombre significa cabeza de diablo. La máscara del Diablo-huma es de tela, azul oscuro o rojo y le cubre hasta la mitad del pecho. Dos agujeros corresponden a los ojos y uno a la boca. Las orejas se representan por un par de asas embutidas de trapo y de idénticamente manera una tercera representa la nariz. En la parte superior lleva tres hileras de 4 cachos o cuernos también embutidos de trapo. La máscara tiene dos caras, la posterior es similar a la anterior, decorada con varios dibujos y adornos de hilos de color. Lleva camisa de color, pantalón bombacho o zamarro y en una de sus manos lleva un largo “fute” o fuste que blande mientras camina, sin dejar de emitir sucesivos silbidos. A diferencia del Aricuchico, el Diablo-huma toca instrumentos de viento: churos, flautas y rondines.

Previamente a su aparición en las comparsas de San Juan o San Pedro, y de idéntica manera que los Aricuchicos, se baña tres días en una cascada (paccha) para compactarse con el Diablo y adquirir poder y habilidad necesaria para el combate ritual que protagonizaba en otros tiempos o, simplemente, para adquirir las energías necesarias que requiere su extenuante baile; ritual que se realiza hasta la actualidad. (Apolo, 1999: 150)



A partir de este mito, se pueden identificar personajes conectados directamente con el Diablo-huma: el Diablo y los Aricuchicos, estos últimos pertenecientes a la clasificación de los Héroes Legendarios también. Los Aricuchicos en este caso tendrán una participación como capacidad negativa de nuestra historia. Además, como la leyenda de los Aricuchicos está directamente enlazada a la del Diablo-huma, se tomaron ciertos elementos de ella para complementar la historia y descripción de nuestro personaje principal: El hecho de que los Aricuchicos participaban tiempo atrás de simulacros de guerra divididos entre dos bandos y poseen la habilidad de ahuyentar malos espíritus.

Descripción del Diablo Huma en Tierras Mitológicas

Diablo-Huma fue un poderoso capitán de guerra, líder del ejército Aricuchico. Fue dirigente en las grandes batallas entre Tupigachis y Guaraquies durante varios años. Diablo-Huma obtenía sus poderes del Diablo usando la cascada Paccha como médium de esta conexión, sin embargo, y gracias a uno de los Espíritus Terrenales de Pacha Mama, Diablo-Huma descubrió que ambos bandos eran sangre hermana perteneciente a la misma tierra, desenmascarando de ese modo las verdaderas intenciones del Diablo en crear destrucción y sufrimiento entre los seres humanos, por lo que Diablo-Huma decidió ser un renegado del Diablo, usar los poderes que él le había otorgado en su contra para eliminar a los espíritus y seres malignos con el propósito de terminar las guerras y traer armonía y paz a su pueblo.

Como apreciamos en esta descripción, se ha construido un perfil de personaje en base al mito original, dándole un giro más dramático en sus características para volverlo mucho más interesante y que permite desarrollar una historia dentro del universo narrativo. También se ve que los Aricuchicos son mencionados en esta descripción, no solo dejando a los usuarios con la intriga de quienes son, sino que puede ser un medio de traslado hacia otro medio que complemente esta información, o permita a los usuarios generar sus propias teorías al respecto.





Apariencia

Para la apariencia visual del personaje se tomó como referencia una foto real de un traje tradicional del Diablo-Huma, se realizó la búsqueda de entre varios de ellos como referencias para encontrar uno que sea visualmente atractivo y adaptarlo de modo que sea más llamativo para el usuario. Se mantuvo la gran mayoría de características pertenecientes al personaje del mito original para que sea fácilmente reconocible, pero se optó por darle más expresión y elementos faciales a la mascara, otorgándole una apariencia más impactante y amenazante.

Referencia real



PERSONAJE





CARA POSTERIOR

DIABLO-HUMA

Concept Art: Diabla-Huma





6.1.2.3.2. Diablo

Mito Original

A diferencia del Diablo-Huma y de otros seres de la mitología mestiza ecuatoriana, el Diablo es un personaje que no tiene un mito completamente dedicado a él (al igual que la Pacha Mama) por lo que su construcción se tuvo que realizar mediante la lectura de leyendas ecuatorianas y algunos mitos mestizos donde este personaje fuera mencionado. El Diablo es recurrente como antagonista principal en muchos relatos populares del pueblo ecuatoriano, siendo un símbolo de maldad pura desde un punto de vista religioso (venido desde el catolicismo.), por ello fue elegido como el segundo personaje a diseñar y el antagonista principal en toda la narrativa planteada.

Descripción del Diablo en Tierras Mitológicas

Este ser ha existido en la tierra desde sus inicios al igual que La Madre Tierra (Pacha Mama), es la maldad encarnada, un ser con mucho poder y astucia, capaz de corromper corazones y mentes para generar egoísmo, dolor y sufrimiento. Sus dominios se encuentran en infra tierra pero nunca se desliga de nuestro mundo para ver y producir caos en toda la existencia. El diablo lidera un poderoso ejercito de demonios y seres malignos conocidos como La Mala Legión, quienes viven entre los mortales para crear terror y destrucción. Se cree que este monstruo es inmortal, ya que ha vivido muchos años y nadie ha podido detenerlo.





Apariencia

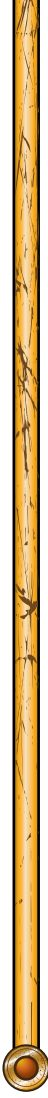
Para su apariencia se decidió mantener el referente clásico del diablo a nivel mundial, que es la misma manera que se lo ve por parte del pueblo ecuatoriano: de color rojo, largos y grandes cuernos, piernas de cabra y cola en forma de flecha. Dentro de su apariencia se optó por distorsionar anatómicamente al personaje para hacerlo ver más antinatural y maligno.





EL DIABLO

Concept Art: El Diablo



Aplicación en arte ilustrada para presentación del personaje: El Diablo



6.1.2.3. Los Medios

Ya definidos los personajes y la imagen visual del proyecto, se procede a definir el funcionamiento de las plataformas en la que se va a narrar nuestra historia, como éstas van a interconectarse entre ellas y los mecanismos que tendrán para crear participación con los usuarios.

Cada uno de estos cumplen una función distinta con respecto a los mitos, entre contar sus orígenes o combinarlos dentro del mismo universo narrativo, así mismo cada uno de estos está especificado a un target según gustos, pero que todos complementan el mismo mundo porque abarca varios puntos de vista dentro de la historia (sean estos personajes distintos o los acontecimientos que viven cada uno de ellos) permitiendo de ese modo la funcionalidad de la narración transmediática. Estos medios además, poseen mecanismos que permiten la participación de la audiencia y los mantienen en un compromiso con el usuario.

Las capacidades negativas con respecto a los personajes se manejarán de manera subliminal dentro de las ilustraciones pertenecientes al cómic, donde se mostrarán personajes posiblemente nuevos en los fondos o acompañando al principal de dicha ilustración. Otro mecanismo será el mencionarlos en las descripciones de los personajes o en sus historias pero no mostrados hasta futuras entregas, creando expectativas en el usuario que darán origen a un mayor compromiso con la franquicia. Las pistas de migración en cambio serán utilizadas a través de los imagotipos de clasificación de los mitos, elementos utilizados como sistema de ligamiento entre medios y un sistema de salto entre ellos (para mejor entendimiento revisar el esquema de conectividad (pag. 63), siendo cruciales para la revelación de nuevos contenidos, ya sean como códigos o como indicadores de los mitos a revelar.

Cada uno de estos medios cumplirá con un objetivo específico: La serie animada cubrirá los orígenes de los personajes pertenecientes a las tres categorías. El cómic cumplirá la función de entretenimiento narrativo, estará encargada de contar la historia de los personajes desde el puntos de vista distintos a los que se verán en la serie animada, concatenando y complementando las historias del primer medio. Por ultimo el videojuego cumple una función más de interconexión entre el usuario y la franquicia, al manejar un sistema multijugador, permitimos una mejor conexión entre varios usuarios, principalmente manejando un sistema de trabajo en equipo, esta idea fue basada en un aspecto muy importante entre las comunidades mestizas, popularmente llamadas mingas. El videojuego también manejará una gran cantidad de capacidades negativas y pistas de migración que permitan conectarse con los otros dos medios anteriores.

Cuadro comparativo de los medios en Tierras Mitológicas

Medio	Tipo	Plataforma	Mecanismos de conectividad
Serie Animada	Animación 2D	- Televisión	- Personajes
		- Internet	- Narrativas
Cómic	2D Blanco y Negro	- Cine	- Escenarios
			- Isotipos de categoría
Cine		- Editorial Impreso	- Personajes
		- Digital PDF	- Narrativas
Videojuego	MOBA 3D	- Lectura en línea	- Ilustraciones
			- Isotipos de categoría
Videojuego			- Códigos promocionales
Videojuego		- PC	- Personajes
		- Consolas de sobre mesa a futuro	- Isotipos de categoría
Videojuego			- Escenarios
			- Narrativas
Videojuego			- Códigos promocionales



6.1.2.3.1. La Narrativa de Tierras Mitológicas Aplicada en los medios.

Al igual que las estrategias transmediáticas y los saltos visuales del proyecto, la dinámica de la narrativa es un elemento que no se puede dejar de lejos dentro del proyecto de Tierras Mitológicas, es por ello que a continuación se explicará las mecánicas de cada uno de estos medios un poco a detalle y los tres borradores (ejemplos) que demuestran su aplicación narrativa.

6.1.2.3.1.1. Serie Animada

Como fue mencionado anteriormente, la serie animada cumple el objetivo de narrar la historia de origen de los personajes del mundo de Tierras Mitológicas, esta mecánica será realizada a modo de narración para darle un aire de historia antigua o pasado de los personajes en cuestión, la idea es que estos capítulos tengan una duración de 2 a 5 minutos (para iniciar) que pueden variar según el mito del que se esté hablando, tratando de cubrir de manera concisa su origen para que su historia sea expandida en el siguiente medio.

Para la demostración de esta aplicación mediática, se decidió tomar nuevamente la historia del Diablo-Huma, que desde la descripción generada para Tierras Mitológicas fue construido un pequeño guión narrativo que posteriormente fue adaptado a modo de Animatics para ejemplificar la adaptación narrativa en la serie animada.

Para ver el video, puede entrar en:

https://www.youtube.com/watch?v=Excfx_qAbMg&list=UUP5fTLsoazDjKJsNLXEa-Og





Guión Narrativo.

“Los héroes que se vuelven leyenda, siempre tienen su origen de adversidad, No hace mucho tiempo en las tierras de Allpa, existía una guerra entre dos pueblos, Tupigachis y Guaraquies. Estas batallas se han llevado a cabo durante varios años.

El ejercito auricuchico de los Guaraquies tenía como líder a Diablo-Huma, gran estratega y con sorprendentes poderes sobrenaturales. Diablo-Huma acudía a la cascada Paccha para obtener los poderes del Diablo, sin saber que era un peón más en su macabro juego.

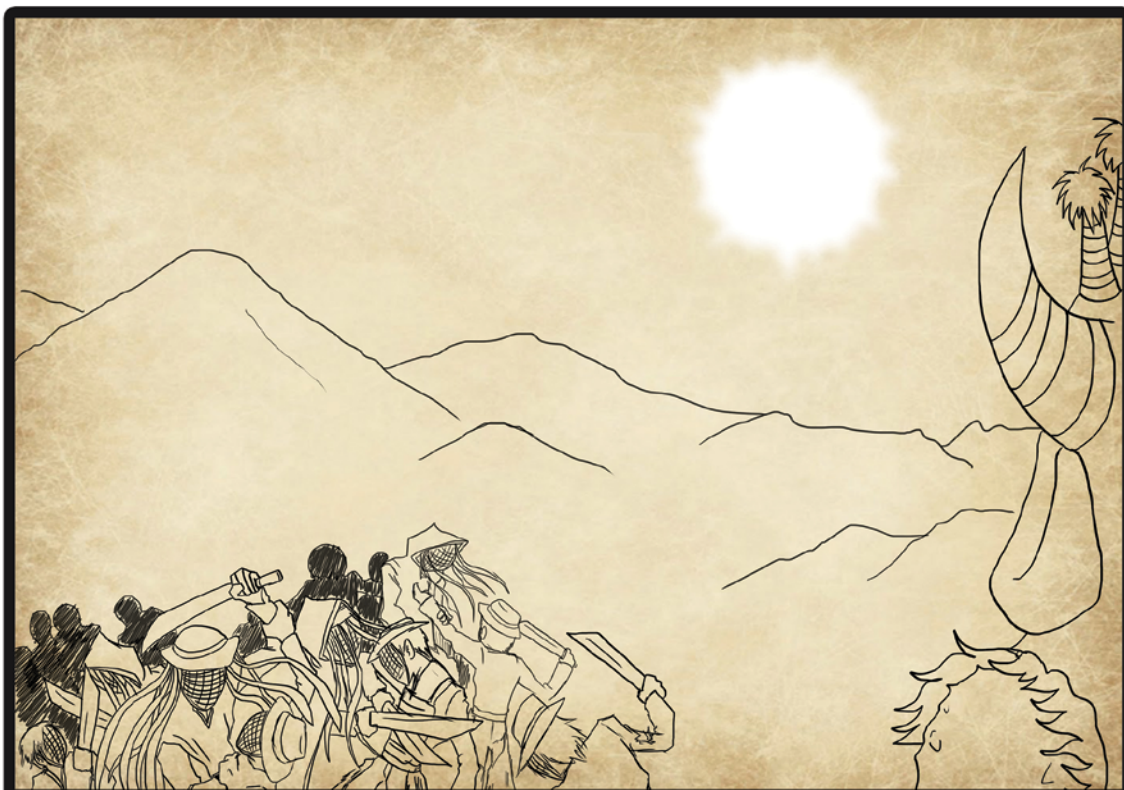
Pero un día, uno de los espíritus terrenales de Pacha Mama, le reveló a Diablo-Huma que los Tupigachis y Guaraquies, son sangre hermana perteneciente a un mismo pueblo, y que toda esta guerra era causada por el Diablo y su sed de destrucción. Conocer esto, enfureció a Diablo-Huma.

Desde ese momento, Diablo-Huma decidió ser renegado del diablo, y utilizar el poder que él le había otorgado, para destruir a los espíritus malignos y traer armonía a su pueblo. Aquí es donde comienza su leyenda.”





Storyboard

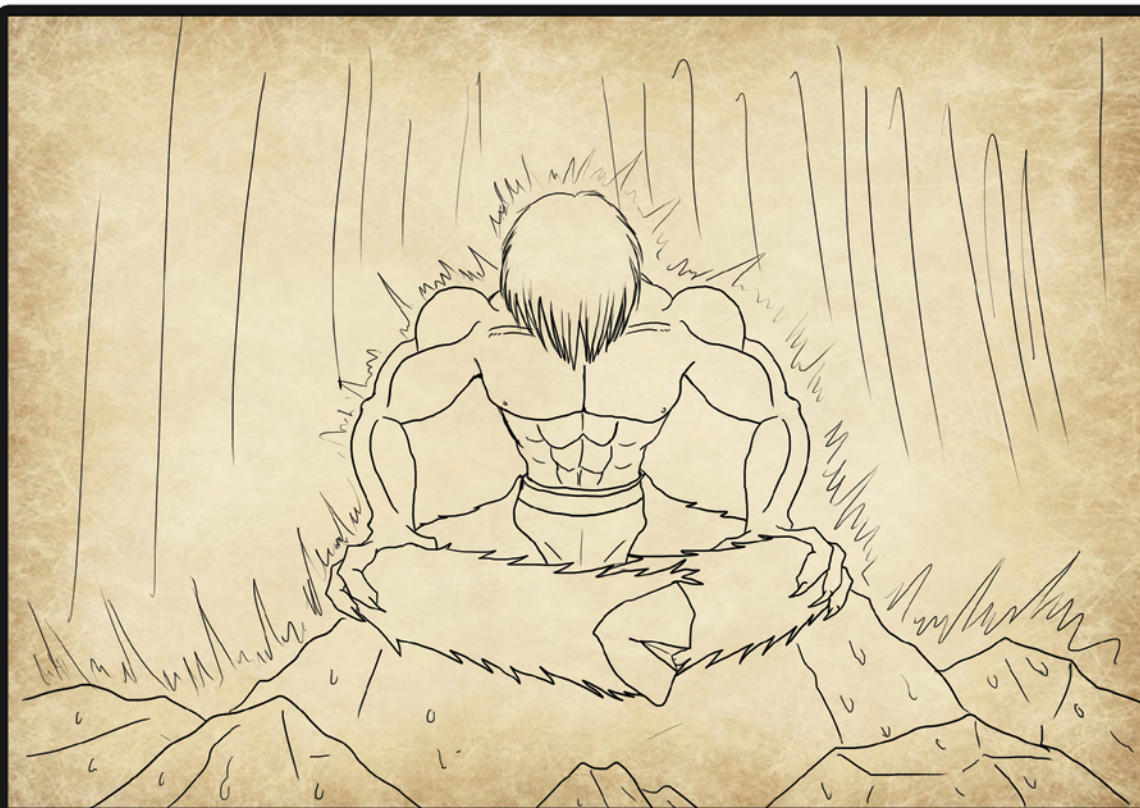


Los héroes que se vuelven leyenda, siempre tienen su origen de adversidad, No hace mucho tiempo en las tierras de Allpa, existía una guerra entre dos pueblos, Tupigachis y Guaraquies. Estas batallas se han llevado a cabo durante varios años.



El ejercito auricuchico de los Guaraquies tenía como líder a Diablo-Huma, gran estratega y con sorprendentes poderes sobrenaturales.





Diablo-Huma acudía a la cascada Paccha para obtener los poderes del Diablo.



Sin saber que era un peón más en su macabro juego.





Pero un día, uno de los espíritus terrenales de Pacha Mama, le reveló a Diablo-Huma que los Tupigachis y Guaraquies, son sangre hermana perteneciente a un mismo pueblo, y que toda esta guerra era causada por el Diablo y su sed de destrucción.



Conocer esto, enfureció a Diablo-Huma.





*Rugido de ira:
WRAAAAAAAAAARGH!!!!*



Desde ese momento, Diablo-Huma decidió ser renegado del diablo, y utilizar el poder que él le había otorgado, para destruir a los espíritus malignos y traer armonía a su pueblo. Aquí es donde comienza su leyenda.







LAS LEYENDAS COMO NUNCA LAS HAS VISTO ANTES



**TIERRAS
MITOLÓGICAS**

Muy Pronto

It is a long established fact that a reader will be distracted by the readable content of a page when looking at its layout. The point of using Lorem Ipsum is that it has a more-or-less normal distribution of letters, as opposed to using 'Content here, content here', making it look like readable English. Many desktop publishing packages and web page editors now use Lorem Ipsum as their default model text, and a search for 'lorem ipsum' will uncover many web sites still in their infancy. Various versions have evolved over the years, sometimes by accident, sometimes on purpose (injected humour and the like).

Afiche promocional de la serie animada de TIERRAS MITOLÓGICAS



TIERRAS MITOLÓGICAS

SERIE ANIMADA EN DVD



Propuesta de empaque de la serie animada en DVD

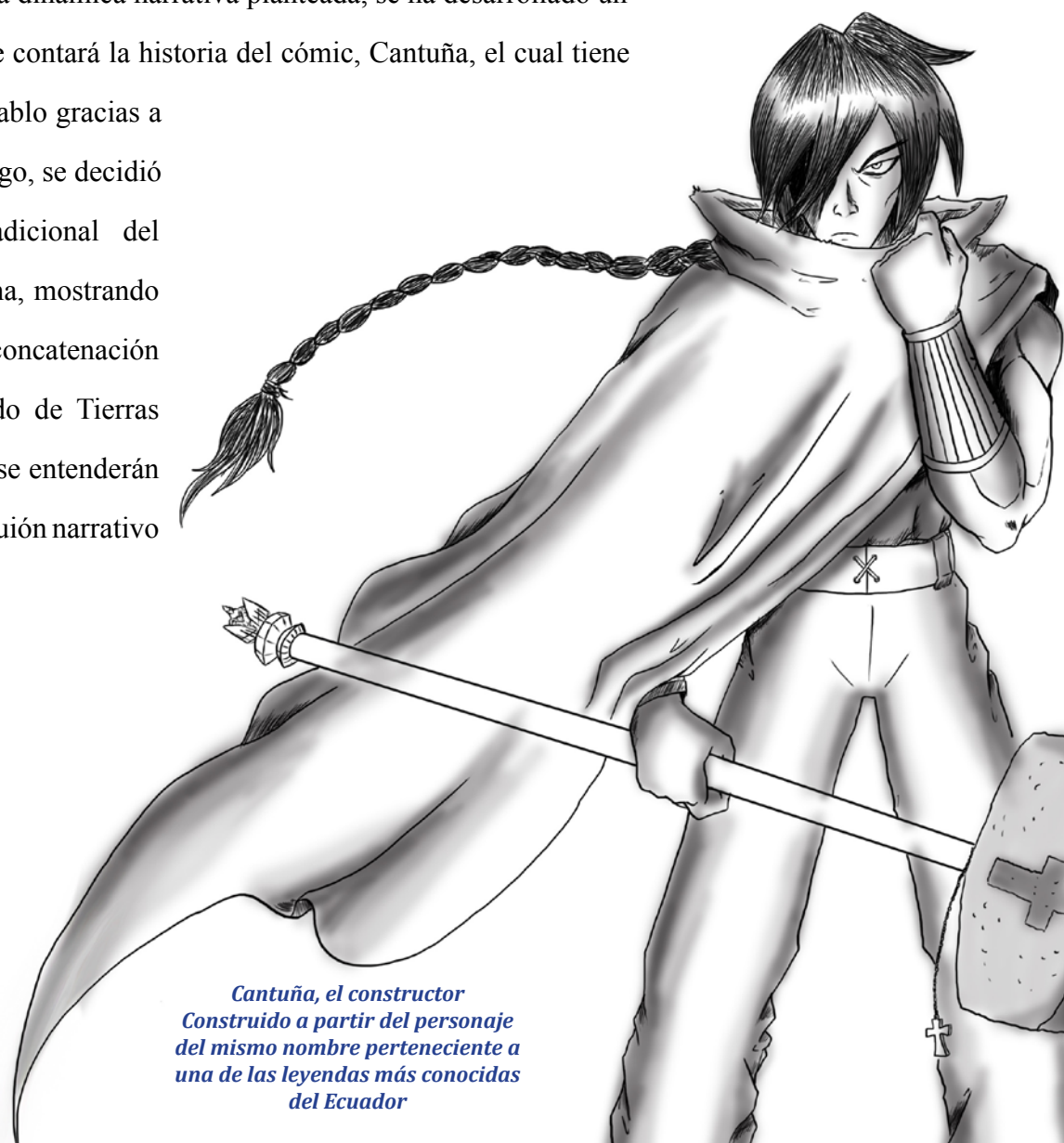


6.1.2.3.1.2. Cómic

La historia del cómic pretende desarrollar más las historias de los personajes tomando los mitos originales como punto de partida, este medio en específico permite una mayor libertad de ligar historias y personajes según la necesidad de la narrativa, expandiendo las historias narradas en la serie animada.

A pesar de la interconexión narrativa de ambos medios, no es necesario iniciar con el mismo mito con el que se termina de contar la historia en la animación para crear una dinámica narrativa y más capacidades negativas en las audiencias, siempre y cuando los elementos de concatenación sean mencionados o mostrados para crear la conexión con el medio anterior.

En este caso, y para crear la dinámica narrativa planteada, se ha desarrollado un tercer personaje del cual se contará la historia del cómic, Cantuña, el cual tiene conexión directa con el Diablo gracias a su mito original, sin embargo, se decidió generar una conexión adicional del personaje con Diablo-Huma, mostrando las posibilidades de concatenación de personajes en el mundo de Tierras Mitológicas. Estos puntos se entenderán de mejor manera al leer el guión narrativo del cómic en cuestión.



*Cantuña, el constructor
Construido a partir del personaje
del mismo nombre perteneciente a
una de las leyendas más conocidas
del Ecuador*





Guión Narrativo.

Tierras Mitológicas: El Constructor de Iglesias.

Inicia la historia con Cantuña frente a la Gran Catedral, una edificación que nuestro protagonista ayudó a construir hace mucho tiempo.

- Cantuña (narración): *La Gran Catedral, uno de mis más grandes proyectos, y al mismo tiempo, uno de mis peores errores en toda mi vida.*

La oportunidad se presentó de manos de un adinerado empresario que quería una construcción increíble, sin embargo, el sujeto me dio un día para tenerla terminada, algo imposible, pero la suma de dinero que recibiría sería de gran ayuda para mi familia, mi esposa y mi hijo, así que hice algo inimaginable... Pedirle ayuda al Diablo.

Le propuse que construyera la edificación a cambio de mi alma, con la condición de que si al amanecer faltaba siquiera una pieza de la construcción, se rompería dicho trato. Mientras el construía, yo escondí uno de los ladrillos de la Catedral, de ese modo, al amanecer, el Diablo no pudo obtener mi alma.

Mi error fue creer que podía ganarle en su juego. Cuando regresé a mi casa, mi esposa e hijo habían desaparecido, y yo sabía exactamente quien había sido. Ha pasado un año desde que ocurrió, y ahora estoy preparado, para recuperar lo más importante para mi en este mundo mi familia.

Cantuña se acerca a la puerta de la Gran Catedral, solo para encontrar una imagen familiar, era el empresario, aquél que mandó a construir la estructura.

- Empresario: *¿Has venido por tu paga mi buen constructor? Me parece que has llegado un año tarde*

- Cantuña: *¿Así que este fue el plan desde el principio? Tratar de comprar mi alma con un sueño imposible, debí suponerlo, fui tan tonto al no ver los cuernos y la piel roja tras ese disfraz, Diablo.*

El empresario al escuchar esas palabras, soltó una macabra y horrible sonrisa de oreja a oreja, como si fuera la respuesta que esperaba escuchar.

- Diablo: *Humanos, todos tienen su precio, unos son fácilmente corrompidos por la riqueza, otros por*





las salidas fáciles, en tu caso, la familia es tu debilidad, constructor.

Cantuña frunció el seño lanzando una mirada de rabia a aquella persona que se encontraba frente a él.

- Cantuña: *¡Donde está mi familia ser demoníaco! Esto no tiene nada que ver con ellos!*

- Diablo: *Ja Ja Ja, no me hagas reír; ¿sabes? Cuando escondiste ese ladrillo el día que construí tu preciosa Catedral dejaste a un lado un asunto muy importante, yo siempre obtengo lo que quiero, y si quieres ver a tu familia libre de nuevo, tendrás que entregarme tu alma.*

Cantuña se paró firme ante la declaración del demonio, estaba preparado para luchar, porque al parecer, la batalla era inevitable.

- Cantuña: *¡Mi alma no te pertenece! Mi alma es de mi esposa y mi hijo, y de nadie más, y voy a recuperarlos, así tenga que enfrentar al mismísimo demonio con mis manos, ¡Juro que recuperaré a mi familia, y mi alma nunca será tuya!*

Estas palabras de desafío enfurecieron al Diablo, a este, tal parece, no le gustan para nada los retos ante su presencia.

- Diablo: *Entonces no tengo otra alternativa constructor, ¡TE LA QUITARÉ POR LA FUERZA!*

El Diablo se abalanzó contra Cantuña, en ese momento fue cubierto por unas llamas enormes, y tras ellas apareció la verdadera forma de este demonio, un ser macabro, deforme pero monstruoso, de un tamaño colosal, con su enorme garra, aplastó a Cantuña, soltando una risa de victoria.

Sin embargo, el Diablo apartó su mano al instante que sintió que se le quemaba, al retirarla, pudo ver a Cantuña con los brazos alzados en posición defensiva, en sus manos cargaba un martillo gigante, aquél objeto inquietó al Diablo porque le había producido daño.

- Diablo: *¡¿Que es esa cosa?!*

-Cantuña: *Un martillo cuyo objetivo es luchar por la justicia, su mango fue forjado con el oro mágico de*





las montañas, la piedra seguro la reconoces, fue aquel ladrillo que escondí de ti, aún tenía residuos de tu poder, y fueron maximizados en la cascada Paccha para que fuera un arma poderosa para confrontarte

Al escuchar sobre la cascada Paccha, la expresión del Diablo fue de terror:

*- **Diablo:** ¡¿La cascada Paccha?! No puedes conocer de ese lugar... El único ser que conoce de ese lugar es...*

El Diablo solo podía pensar en un ser que conocía dicha cascada, un ser que usaba una máscara que trataba de imitar su rostro, pero antes de que pudiera completar su pensamiento, Cantuña lanzó un golpe contra el rostro del Diablo, lastimándolo de sobremanera.

*- **Diablo:** ARRRRRGGGG! Me las pagarás maldito humano, puedes tener el martillo con mi poder, pero nunca podrás detenerme, ¡NADIE HA PODIDO DETENERME NUNCA!*

*- **Cantuña:** Es porque nadie ha decidido enfrentarte, pero eso se acabo, y no importa lo que me cueste, recuperaré a mi familia sin importar cuanto tiempo me tome derrotarte, sin importar lo fuerte que seas, ¡YO ACABARÉ CONTIGO!*

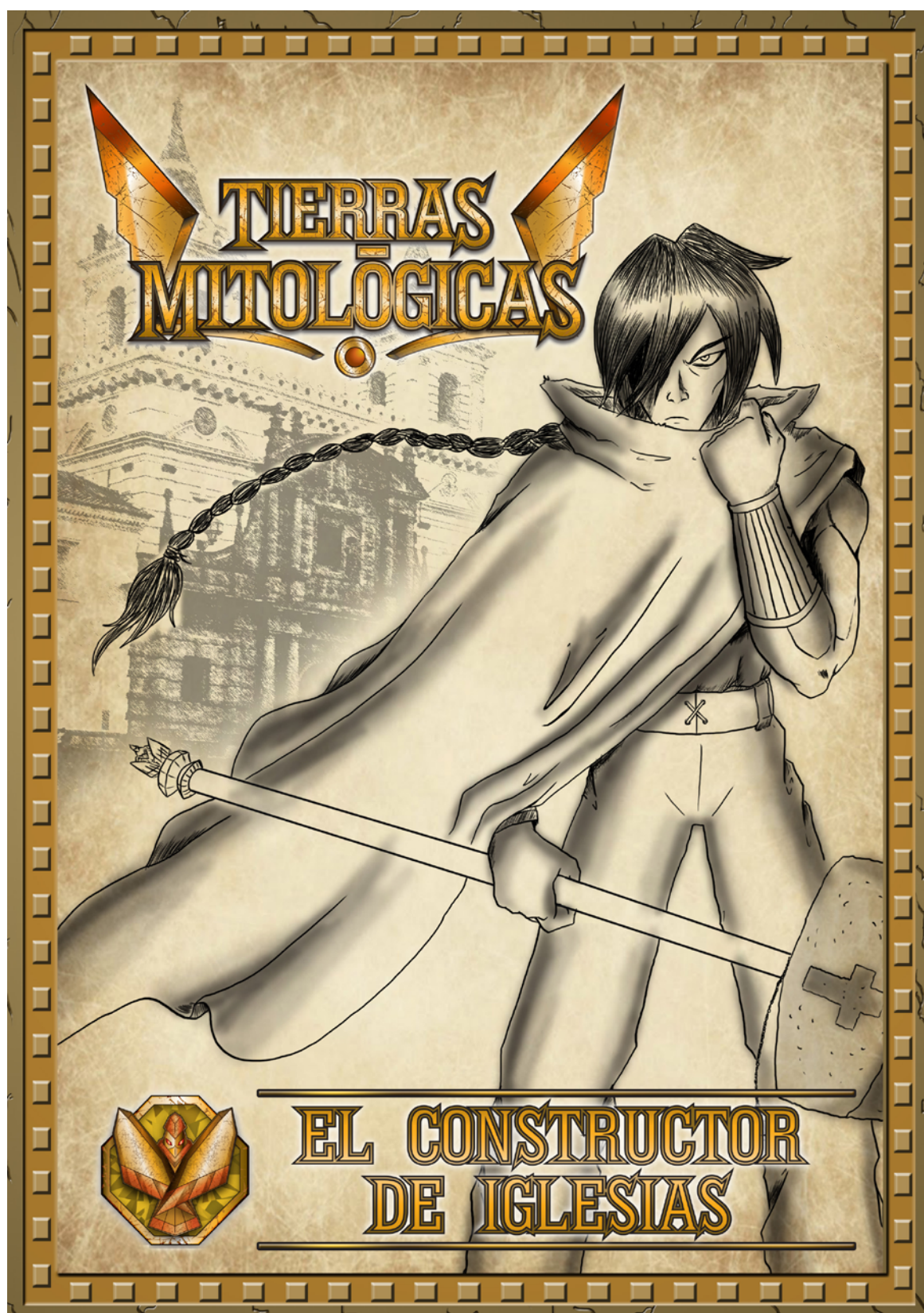
Al pronunciar estas ultimas palabras, Cantuña Saltó con furia hacia el Diablo, el cual había recobrado el equilibrio del golpe anterior, y estaba preparado para contrarrestar aquel martillo maldito. El Diablo soltó un rugido de batalla en aquel momento, dando inicio a una confrontación cuyo fin no se daría en ese lugar. Un nuevo Héroe Legendario ha resurgido para confrontar el mal.

Dentro de este guión se puede apreciar ciertas modificaciones a elementos de la historia original de Cantuña para darle un toque mucho más llamativo, primeramente cambiando el nombre de la Catedral de San Francisco a “La Gran Catedral”, haciéndola ver como una estructura más imponente, debido a que en este mundo las cosas ocurren en la tierra ficticia de Allpa, no en Quito.

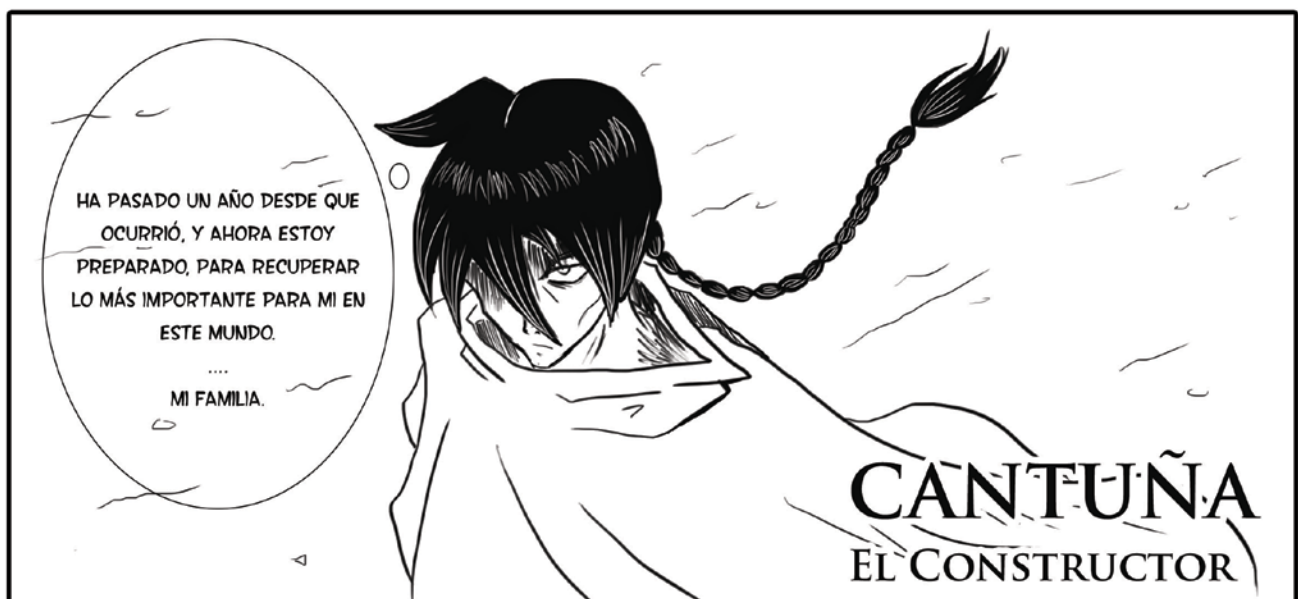
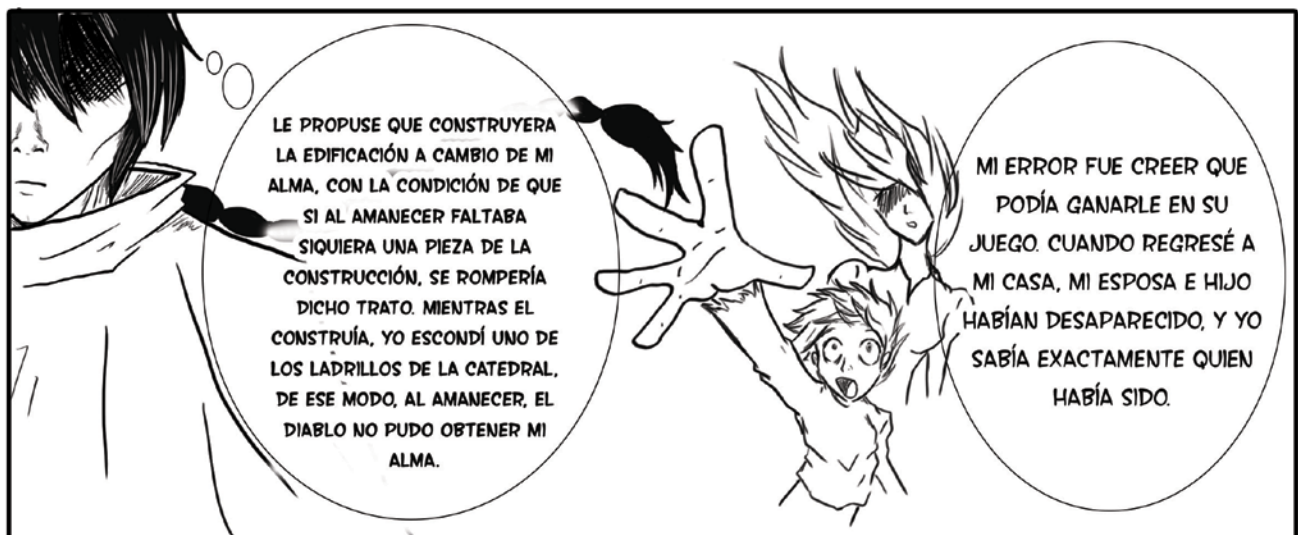
Cantuña también tiene familia y se lo pone como un padre de familia que haría lo que sea por su bienestar, es por eso que cae en las mentiras del Diablo para vender su alma.



Por ultimo vemos la aparición de Diablo-Huma como pista de migración, debido a la mención de la cascada Paccha que es por la cual él obtuvo sus poderes, haciendo que exista una conexión con la historia de Cantuña.



Portada del cómic de TIERRAS MITOLÓGICAS: El constructor de iglesias



Ejemplo visual: Primera página del cómic, donde se ve la introducción narrada y la Gran Catedral



Ejemplo visual: Escena donde el Diablo toma su verdadera forma para luchar contra Cantuña





Ejemplo visual: Escena donde se puede apreciar la mención de DIABLO-HUMA dentro del cómic





6.1.2.3.1.3. Videojuego

A diferencia de los otros dos medios anteriores, el videojuego de Tierras Mitológicas permite que los usuarios construyan en cierta medida una historia a partir de la narrativa original.

Como se sabe hasta ahora, existen los inicios de una batalla entre los Espíritus Terrenales y La Mala Legión dentro del universo narrativo, en este medio, los jugadores en cierto modo serán los constructores de esta batalla, eligiendo el bando en el que estarán, siendo de ese modo partícipes directos de la confrontación de las tierras de Allpa.

Gracias a la descripción del mundo de Tierras Mitológicas, sabemos que los Héroes Legendarios son seres que pueden ser salvadores o destructores del mundo, porque pueden luchar por la protección de Allpa o caer en las tentaciones de la Mala Legión, por ende estos personajes pueden estar tanto en un bando como en otro, esa decisión depende de los jugadores quienes tendrán la posibilidad de seleccionar a uno de los personajes pertenecientes a los Héroes Legendarios para usarlos durante el juego.

Además de todo eso, el objetivo de este juego es el de fomentar la cooperación y trabajo en equipo entre los jugadores del mismo, basado en una característica importante perteneciente a la cultura del pueblo mestizo ecuatoriano, el trabajo colaborativo y en equipo.



Propuesta del empaque para el videojuego de TIERRAS MITOLÓGICAS



Mecanismos de Jugabilidad (planteamiento de la propuesta)

El videojuego es de género MOBA (ver página 25), y tendrá una mecánica de 3 vs 3, los jugadores podrán seleccionar cualquiera de los personajes pertenecientes a los Héroes Legendarios, los cuales podrán ser utilizados en cualquiera de los dos bandos a elegir, Espíritus Terrenales o La Mala Legión.

Cada jugador cumplirá un rol distinto: El Luchador, quien es el jugador preparado para una batalla directa cuerpo a cuerpo con el enemigo, el Soporte, quien está encargado de habilidades de curación o protección que ayudará al Luchador a derrotar al enemigo, y el Explorador, quien será el encargado de buscar objetos y tesoros a través del mapa para ser utilizados por los otros miembros de su equipo.

El mapa como muchos en el género MOBA, tendrá la base de un equipo en cada extremo del mismo; una para los Espíritus Terrenales y otra para La Mala Legión. En este mapa existirá un carril central por el que se movilizarán los luchadores y los soportes, y dos extensiones de selva a ambos lados del mismo por los que se trasladarán los exploradores. Dentro de esta selva se encontrarán tiendas de objetos y personajes que podrán ser llamados al combate para ser una ayuda del luchador de cada equipo, estos personajes varían dependiendo del bando al que pertenezca cada explorador, unos serán Espíritus Neutrales y otros Espíritus Malignos. Las mecánicas no son tan cerradas porque el luchador y el soporte también tendrán la posibilidad de trasladarse a través de la selva en el caso que su equipo lo necesite. El primer equipo en lograr llegar a la base enemiga y destruir sus defensas será el ganador. Para llegar a este objetivo, se necesita un arduo trabajo en equipo estratégico de modo que se pueda superar al contrincante enemigo.

Para un mejor cumplimiento de los roles en el juego, los usuarios se ven en la necesidad de explorar los medios anteriores (cómic y animación) para ver qué personajes cumplen mejor un rol que otros, de ese modo estarán en constante conexión con los otros elementos pertenecientes a la franquicia, además de que los otros medios se encargarán del lanzamiento de nuevos personajes en el universo de Tierras Mitológicas, los cuales también podrán ser utilizados dentro del videojuego.





Barra de contadores y temporizadores:

En esta se llevará el conteo del tiempo de partida (1), la puntuación del equipo (2) y puntuación individual según objetivos logrados, enemigos derrotados, etc (3).



Mapa:
En este podrás observar tu posición, la de los objetivos y los enemigos durante la partida, áreas en las que tu y tu equipo no se encuentren estarán en penumbras.

Información de personaje:

Esta contiene la información del personaje: imagen y nombre (4), estadísticas de combate (5) (Ataque, defensa, defensa mágica, poder de magia, velocidad de movimiento y velocidad de ataque), los objetos que lleves durante la partida (6) y las habilidades especiales del personaje (7).

Boceto propuesta de la interfaz de jugabilidad dentro del videojuego

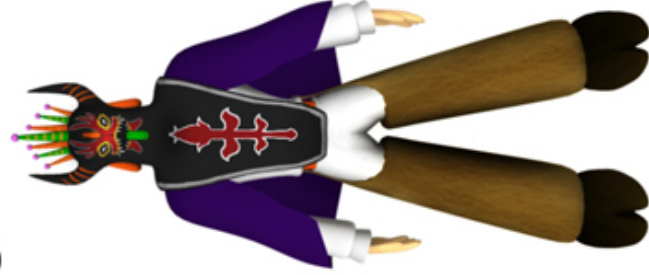


6.1.2.3.1. Los saltos visuales según el medio.

Dentro de la aplicación de este proyecto, se demuestra que la adaptación de medios es completamente libre y no solo se limita al 2D. Los personajes pueden tener una adaptación gráfica según su estética (sea esta definida por diferentes autores gráficos o actualizaciones según la época), sus necesidades y limitaciones tecnológicas de un medio o las posibilidades diferentes de otros, como el salto que se puede apreciar en este ejemplo, pasando de la ilustración detallada del cómic a la simplificación en detalles de la animación (para la optimización de dicho proceso), y de estos dos anteriores a la tercera dimensión para el videojuego. Estos ejemplos demuestran que no existe una limitación con respecto a las posibilidades de aplicación visual de los personajes según el medio en que se plantee su aplicación.



Apariencia del DIABLO-HUMA en la serie animada 2D



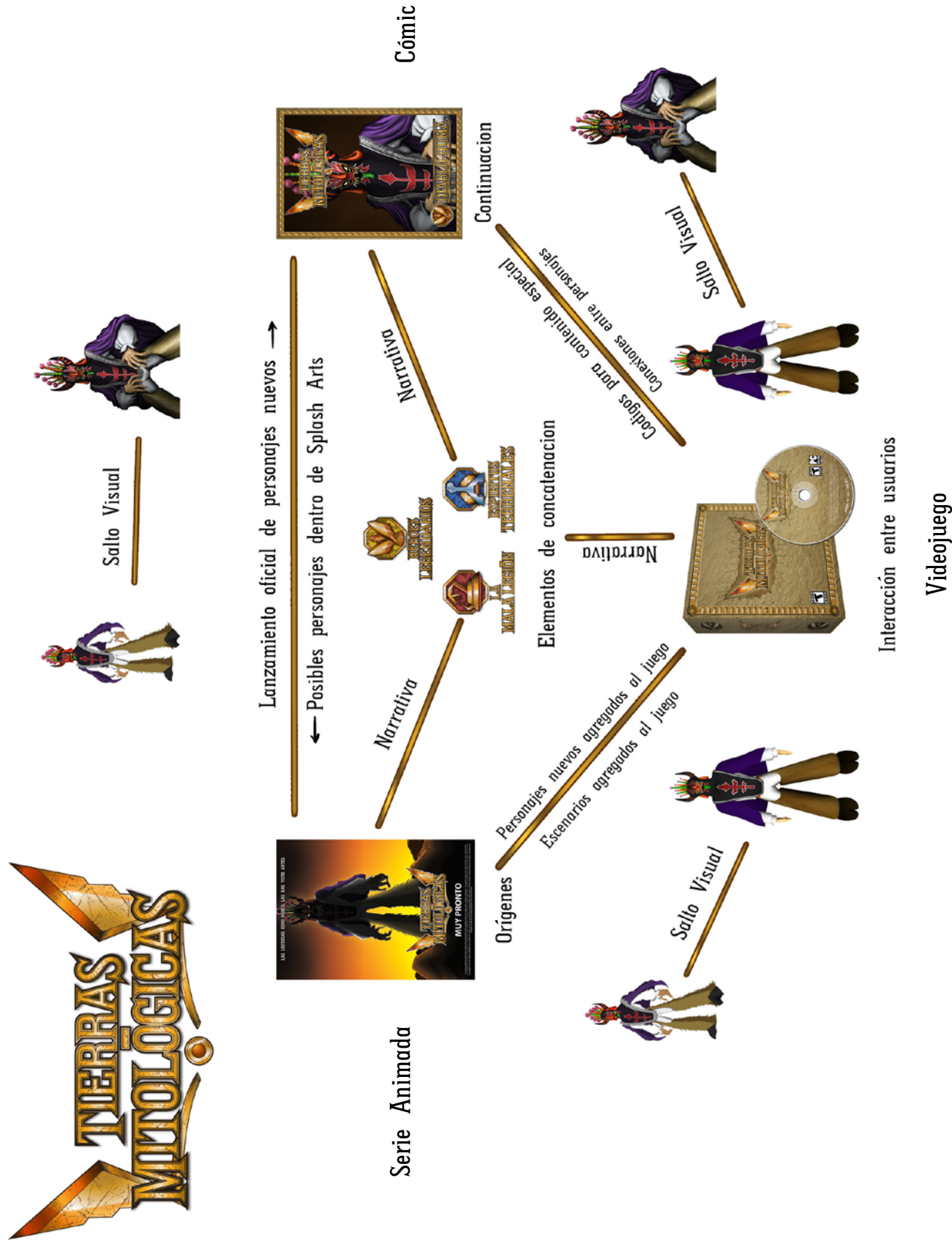
DIABLO-HUMA

VISTAS 3D

Apariencia del DIABLO-HUMA en el videojuego (3D)



Esquema de conexión entre medios



6.1.2.4. Estrategias

Es esencial para el proyecto el plantar las estrategias a seguir para dar inicio a una posible difusión del proyecto, las diferentes aplicaciones del mismo para su respectiva promoción, sin mencionar los mecanismos de compromiso y participación con el usuario.

6.1.2.4.1. Estrategia de arranque

La estrategia de arranque del proyecto iniciaría con una promoción dentro de eventos en varias ciudades principales del país, sean de ámbito cultural o entretenimiento variado (convenciones de cómics), a través de anuncios en internet y en redes sociales cuyo target sean jóvenes de una generación aculturizada (sean hombres o mujeres), con el objetivo de crear misterio y expectativa en las futuras audiencias. Se definiría que el primer medio en ser lanzado sea la serie animada, debido a que la televisión y el internet son los medios de entretenimiento más utilizados a nivel nacional. Que podrá ser vista a través de la red, por medio televisivo, o en ambos según las necesidades. Este primer paso busca el posicionar la marca y generar pregnancia de las sub-marcas cuya función es la concatenación con los otros medios. La producción de cada capítulo tendría un tiempo moderadamente largo (de una a dos semanas) de lanzamiento para mantener a los usuarios a la expectativa, pero para no perder su atención se entraría en el campo editorial con el cómic. Tendría un costo accesible y sería vendido en varias librerías a nivel nacional para luego ser publicadas también en medios digitales a futuro para que de esa manera, mientras los usuarios esperan un nuevo episodio de la serie animada, pueden seguir nutriendo la historia desde los puntos de vista del cómic, que contendrán elementos narrativos de expectativa que conectan con el número siguiente o con el capítulo venidero de la animación. Por razones de costos de producción, el videojuego sería el último en ser implementado. Lo que se busca es que no exista un tiempo tan lejano entre el lanzamiento de cada producto mediático para cubrir más audiencia según gustos distintos.



Aplicaciones en productos promocionales

Camisetas



TIERRAS MITOLÓGICAS EL VIDEOJUEGO

TU DECIDES SI ERES
EL PROTECTOR O EL
DESTRUCTOR DE
ALLPA

Pruebalo este 24 de Mayo!

Mas información en:
[facebook.com/TierrasMitologicasEc](https://www.facebook.com/TierrasMitologicasEc)

Flyer promocional del videojuego de TIERRAS MITOLÓGICAS

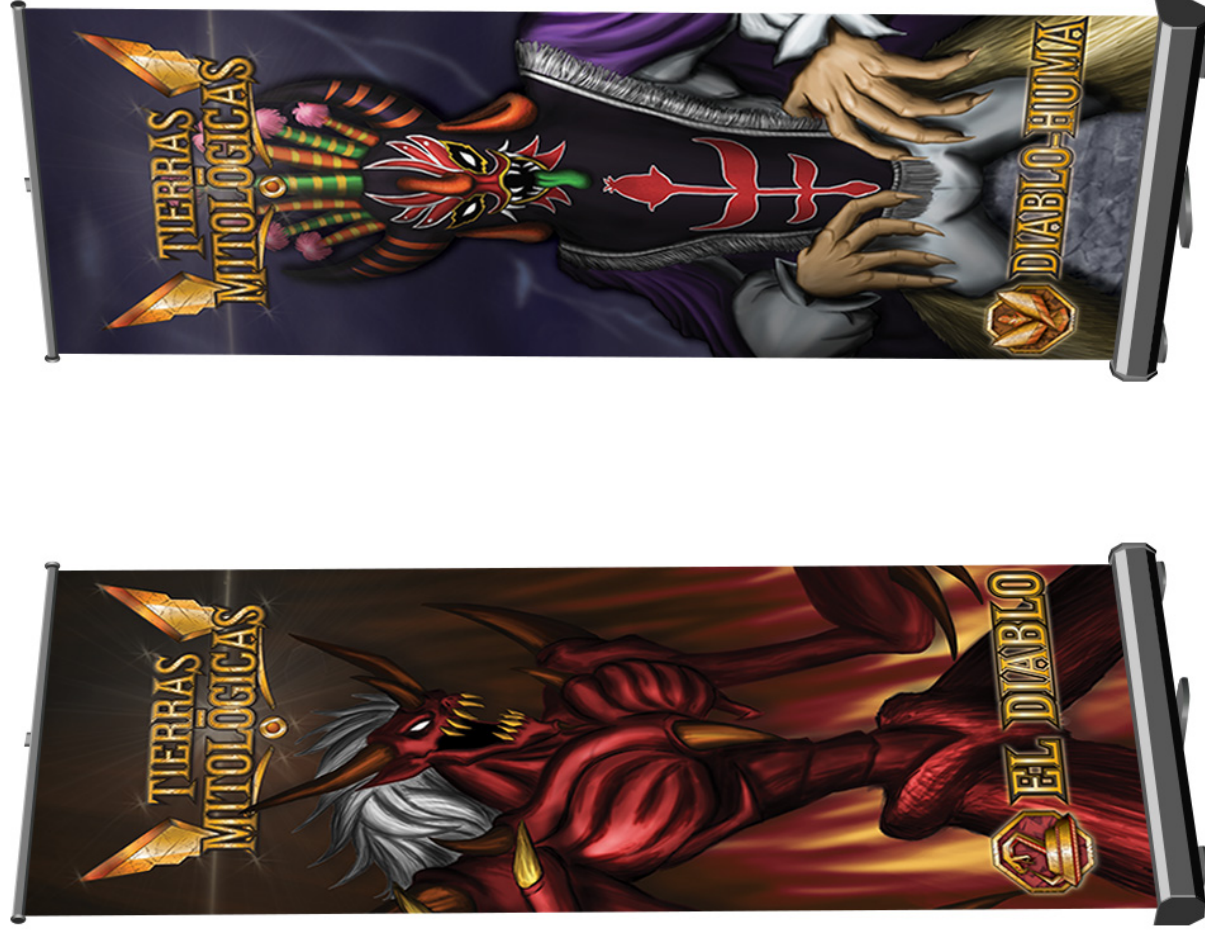


BOTONES PROMOCIONALES





Aplicaciones en Banners



Wallpapers



Propuesta en figura de colección

TERRAS MITOLÓGICAS

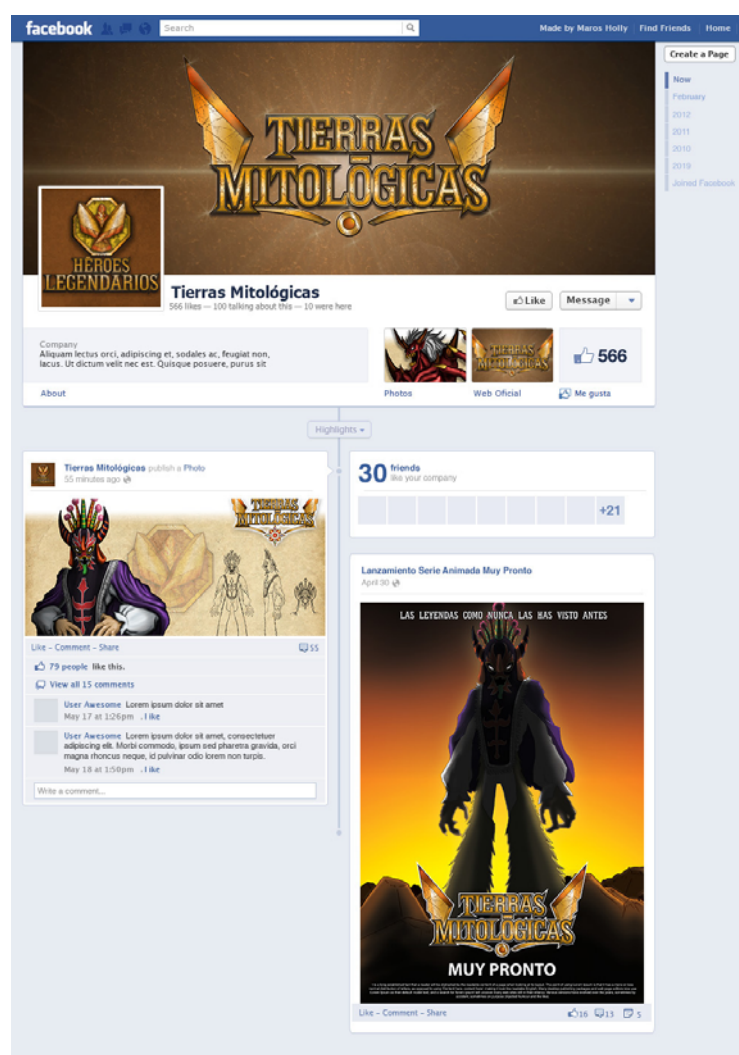


FIGURA MODELADA
DIABLO-HUMA



6.1.2.4.2. Mecanismos de Compromiso y participación de las audiencias

Muy aparte de los medios, el proyecto Tierras Mitológicas busca también otro tipo de mecanismos para que exista participación y compromiso con el usuario, entre ellas el uso de las redes sociales para su promoción. Al vivir actualmente en una sociedad donde la interactividad se da a través de internet, redes como Facebook, Twitter y Youtube se han vuelto algo esencial cuando se quiere una aproximación con el usuario. Es por ello que se plantea el promocionar el proyecto a través de estos medios los cuales de igual manera permitirán una conectividad con los productos principales, y serán un mecanismo de participación para con los usuario. La página se encargaría de promocionar contenido como noticias, eventos, concursos, videos y muchas otras actividades que llamen la atención las audiencias, las cuales también se encargarían de la difusión y promoción del proyecto. Otros objetos de difusión y promoción serán campañas publicitarias pensadas a futuro que hagan al usuario sentirse parte del universo Tierras Mitológicas o crearles curiosidad, ideas como estantes de promoción en varios eventos culturales, eventos especiales con temáticas distintas pertenecientes al universo narrativo, y concursos a través de la internet que permitan una mayor participación del usuario, entre otros por los que el proyecto podría ser aplicado y las diferentes maneras en las que se puede llegar al target.

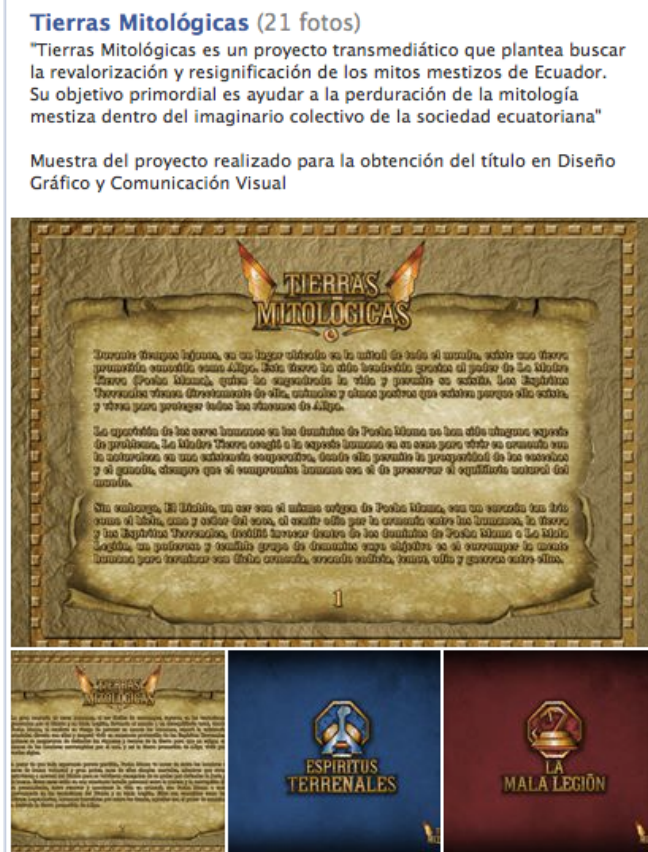


*Propuestas de la aplicación del proyecto
TIERRAS MITOLÓGICAS en redes sociales*




6.1.2.5. Feedback en redes sociales

Como parte final de este proyecto de TFC, se realizó una pequeña difusión del mismo en la red social Facebook y una publicación en la página Behance, la cual está constantemente actualizándose con avances, para conocer a breves rasgos el feedback de las audiencias a las que va dirigido el proyecto, donde se pudo tener una aproximación al cumplimiento de los objetivos planteados, la gente está interesada por el producto final, crean sus propias expectativas y quieren ver más de él.



*Álbum en Facebook
Utilizado como medio de
comprobación del
proyecto y el feedback del mismo*



7. Conclusiones y Recomendaciones





Conclusiones.

Objetivo general

Con la finalización del TFC se puede concluir que el objetivo general se ha cumplido satisfactoriamente, pero con un valor agregado ya que se pudo expandir más las aplicaciones del contenido mitológico mestizo de lo que se había planteado, enriqueciendo mucho más el resultado final. Además de que se ha demostrado a través del proceso investigativo y el desarrollo de este proyecto las posibilidades de generar proyectos innovadores a partir de nuestra mitología.

Objetivos específicos

1. Los proceso de análisis, clasificación y conceptualización aprendidos durante el proceso de estudio universitario y desarrollo autónomo en el campo profesional han permitido una optimización en aplicar los contenidos de la mitología mestiza ecuatoriana en los productos de diseño planteados como medios en su difusión, y a pesar de que en el proyecto se muestra una pequeña propuesta de dicha aplicación, se puede denotar las posibilidades de expandir su desarrollo más allá del proyecto de TFC, como un proyecto con gran porcentaje de viabilidad en la juventud ecuatoriana actual.

2. Se logró diseñar una gran variedad de elementos específicos para ser aplicados en las propuestas mediáticas planteadas utilizando una estética gráfica con posibilidades de competir frente a las producciones extranjeras dentro de la sociedad global, todo esto utilizando el contenido cultural ecuatoriano como recurso narrativo. Las exploraciones conceptuales de este contenido son prácticamente infinitas y aplicables en diferentes ámbitos del Diseño.

3. Mediante el diseño de personajes, desarrollo de una historia narrativa y elementos icónicos para cada clasificación de mitos, se pudo generar mecanismos de conectividad entre medios para complementar un universo extenso basado en el contenido mestizo ecuatoriano, determinando de este modo que cualquier elemento construido a partir de un mismo universo narrativo puede ser un conector potencial para diferentes plataformas mediáticas.





4.- Mediante una exploración a través de redes sociales como Facebook, DeviantArt o Behance, se pudo apreciar el interés del target a quien se trata de generar una revalorización de la mitología mestiza ecuatoriana, demostrando que el proyecto puede llegar a ser viable y llamativo a través de dos factores importantes: La narración y la estética visual del proyecto, ya que en este tipo de producciones audiovisuales ambas van de la mano. Así mismo, se pudo explorar y comprender un campo completamente nuevo e innovador en nuestro país, la narrativa Transmedia, la cual tiene una amplia gama de posibilidades para lograr estrategias de resignificación con respecto a productos culturales de entretenimiento y educación no formal.

La investigación también permitió encontrar referentes multimedia de este tipo que tienen como objetivo principal el entretenimiento pero que de manera secundaria (pero no menos importante) ayudan a difundir contenidos culturales distintos para diferentes targets alrededor del mundo.

Recomendaciones.

Como primera recomendación puede decirse que una gran parte del proyecto pudo ser realizado gracias al conocimiento obtenido a través de vivencias personales como propio target del mismo al ser también un usuario que ha crecido dentro del proceso de aculturación, por lo que dichas vivencias deben ser tomadas en cuenta y profundizadas para ser usadas como una justificación válida en el proyecto.

A las personas que piensen trabajar con contenido cultural mestizo de Ecuador, se les recomienda muy comedidamente el revisar el material bibliográfico de Manuel Espinoza Apolo, que a pesar de ser un poco antiguo, es el material más completo sobre la sociedad mestiza de nuestro país, cubriendo gran parte de su contenido cultural. Este fue un material excelente que permitió un trabajo óptimo de investigación en el desarrollo de este proyecto.

Otra recomendación gira entorno a la exploración y experimentación. Si se va a trabajar en campos como el transmedia, es primordial buscar referentes de varios productos mediáticos y probarlos. Esto permitirá analizar si cumplen con los principios que debe tener una narrativa transmediática y para tener una idea clara de las vanguardias que actualmente son de interés para la juventud en Ecuador y a nivel mundial.

Por ultimo, como recomendación para la carrera de Diseño de la PUCE, sería bueno el incluir materias opta-





tivas con respecto a las bases para el modelado en 3D en la carrera de Diseño Gráfico en específico, que fue una de las mayores dificultades en el desarrollo de este proyecto debido a la falta de bases en el ámbito. El tener conocimientos básicos de dicha herramienta permitirá al diseñador gráfico el explorar campos más allá de la gráfica 2D, como por ejemplo el campo de los videojuegos 3D.





8. Bibliografía

- Ambrose, G. (2009). *Fundamentos del diseño gráfico*. Barcelona, España: Parramón Ediciones, S.A.
- Apolo, M. (1999). *Duendes, aparecidos, moradas encantadas y otras maravillas*. Quito, Ecuador: Taller de Estudios Andinos.
- Apolo, M. (2000). *LOS MESTIZOS ECUATORIANOS Y LAS SEÑALES DE IDENTIDAD CULTURAL*. Quito, Ecuador: TRAMASOCIAL Editorial.
- Arfuch, L. (1997). *Diseño y comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós SAICF.
- Barthes, R. (1971). *Elementos de la Semiología*. Madrid, España: Ed. Alberto Corazón Editor.
- Baur, E. (1977). *La historieta*. D.F., México: Editorial Nueva Imagen, S.A.
- Bürdek, B. (2000). *Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Recuperado de <http://catedrad3.files.wordpress.com/2009/04/metodologia-de-diseno.pdf>
- Canclini, N. (2005). *Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. D.F., México: RandomHouseMondadori, S.A. de C.V.
- Canclini, N. (1997). *Imaginarios Urbanos*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Cobos, T. (2010). ANIMACIÓN JAPONESA Y GLOBALIZACIÓN: LA LATINIZACIÓN Y LA SUBCULTURA OTAKU EN AMÉRICA LATINA. *Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*, Vol.: 47. Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/32_Cobos_72.pdf
- Foucault, M. (1970). *El orden del discurso*. Barcelona, España: Tusquets Editores, S.A.
- Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito.
- Gallego, A. (2011). *Diseño de Narrativas Transmediáticas: Guía de referencia para las industrias creativas de países emergentes en el contexto de la cibercultura*. Manizales, Colombia: Universidad de Caldas.
- Lemek, J. (2004). *Critical Analysis across Media: Games, Franchises, and the New Cultural Order*. Valencia, Spain: First International Conference on CDA. Recuperado de: <http://jaylemke.squarespace.com/storage/Games-Franchises-CulturalOrder-2005.pdf>





- Scolari, C. (2013). *NARRATIVA TRANSMEDIA: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, España: Centro Libros PAPF, S.L.U.
- Sepúlveda, G. (2009). *Tips para el diseño de personajes*. *Neo pixel*. Vol.: s/n. Recuperado de: <http://www.neopixel.com.mx/articulos-neopixel/menu-animacion/497-diseno-d-personajes.html>

